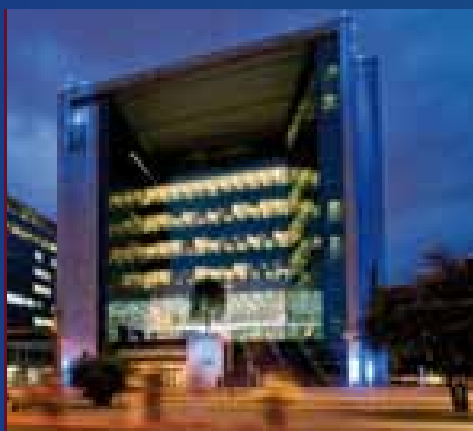


Clima de los negocios en Bogotá 2010

Estudio de opinión de los empresarios de Bogotá



Consuelo Caldas Cano

Presidente

Luz Marina Rincón Martínez

Vicepresidenta Ejecutiva

Lina María Castaño Mesa

Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez

Director de Estudios e Investigaciones

Jorge Omar Serrano Franco

Jorge Andrés Rodríguez Parra

Analistas Dirección de Estudios
e Investigaciones

ISBN:

978-958-688-352-8

Bogotá, noviembre de 2010

Clima de los negocios en Bogotá 2010

Contenido

Presentación	4
Ficha técnica	5
1. Caracterización de las empresas	6
2. Percepción y perspectivas de la actividad económica	7
3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica para el mercado local y nacional	9
4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica para el mercado internacional	13
5. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global	17
6. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos	20
7. Situación y requisitos para contratar recurso humano	23
8. Percepción de los empresarios hacia la Cámara de Comercio de Bogotá	30
9. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región	33
Conclusiones	

Presentación

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), por medio de la Dirección de Estudios e Investigaciones, publica la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2010, en la cual se analiza la percepción de los empresarios bogotanos sobre el entorno para los negocios en la ciudad, y las necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano como ventaja competitiva en la ciudad. Con esta publicación, la Entidad contribuye a ampliar la información y el conocimiento sobre la dinámica y expectativas de la actividad productiva a escala sectorial y en la ciudad; los problemas del entorno para el desarrollo de su actividad, y las decisiones de las autoridades nacionales y distritales que inciden en el entorno de los negocios.

Las ciudades y regiones son centros de desarrollo económico y social, que buscan garantizar un entorno propicio para el desarrollo de la actividad productiva, la inversión y la calidad de vida de sus habitantes, con una infraestructura física y tecnológica moderna que permita elevar la productividad, mejorar la conectividad, facilitar la movilidad y ampliar el acceso a nuevos y más grandes mercados. En este sentido, el clima de los negocios en una ciudad es un factor importante para los ejecutivos y hombres de negocios, que toman decisiones de inversión y de localización de sus empresas, que se constituyen en elemento determinante en el desarrollo económico de la ciudad y de su inserción al mercado regional, nacional y global.

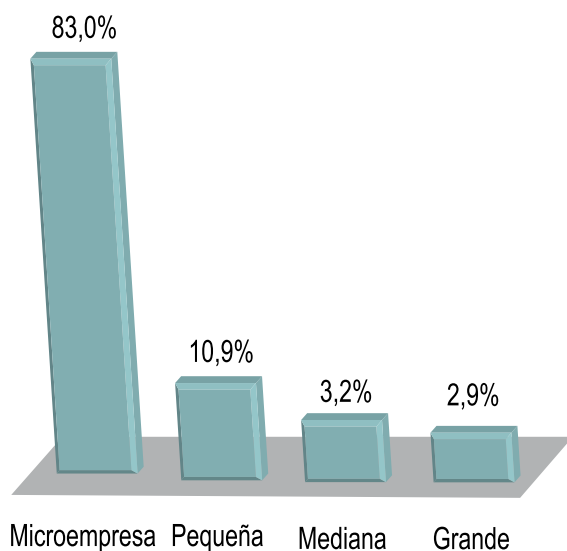
Bogotá es el principal centro empresarial del país en donde se localizan cerca de 248 mil empresas; es la ciudad que más aporta al PIB nacional (26%) y ha logrado ubicarse como la octava ciudad más atractiva en América Latina para vivir e invertir. Con una población de casi ocho millones de habitantes, Bogotá es el primer mercado de trabajo urbano y en su estructura productiva predominan las micro y pequeñas empresas (97%). Así mismo, en los últimos años ha logrado elevar su crecimiento económico, sustentado en el tamaño de su mercado, el aumento de las exportaciones y en la dinámica de la inversión extranjera directa.

Con la publicación de los resultados de la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2010, la Cámara de Comercio de Bogotá le ofrece a las autoridades, a los empresarios y a la comunidad en general, información útil para identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades competitivas de Bogotá en el contexto nacional e internacional, y las estrategias que han adoptado los empresarios para sostener el crecimiento de las empresas y de la economía de la ciudad.

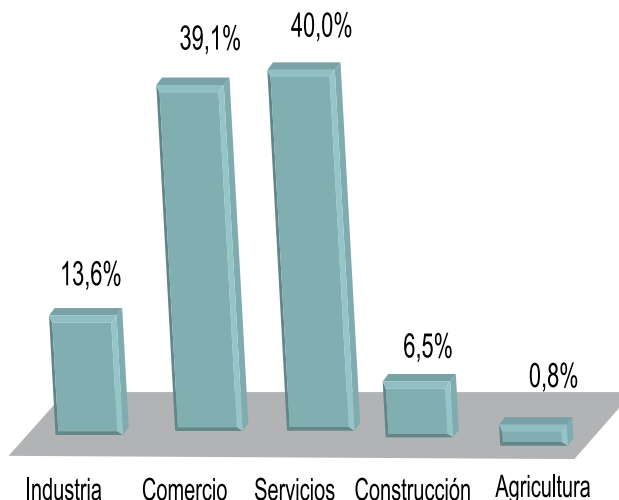
FICHA TÉCNICA	
Nombre del estudio	Estudio de opinión y percepción de los empresarios de Bogotá sobre el clima de los negocios en la ciudad.
Objetivo	Medir la opinión y percepción del empresario de Bogotá sobre los resultados, dinámica y expectativas de la actividad productiva a escala sectorial y en la ciudad; los factores que facilitan y obstaculizan la comercialización de productos o servicios de orden local, nacional e internacional; las facilidades y dificultades del entorno que inciden en el desarrollo de la actividad productiva; las decisiones de las autoridades nacionales y distritales que inciden en el campo de los negocios; la percepción sobre las acciones de la CCB para mejorar el entorno y la calidad de vida y un módulo especial de la percepción y necesidades de los empresarios con respecto al recurso humano en la ciudad.
Público objetivo del estudio	Empresarios de Bogotá, registrados ante la Cámara de Comercio de Bogotá, clasificados según sectores de la actividad productiva, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa.
Tipo de estudio	Cuantitativo - Concluyente
Corte del estudio	Descriptivo - Correlacional
Técnica empleada	Encuesta presencial
Tipo de muestreo	Muestreo estratificado (la muestra se repartió proporcionalmente entre tamaño de la empresa y por actividad empresarial).
Muestra calculada para 2010	1.070
Nivel de confianza	95%
Error de muestreo máximo permitido	3%

1. Caracterización de las empresas

¿Cuál es el tamaño de la empresa?

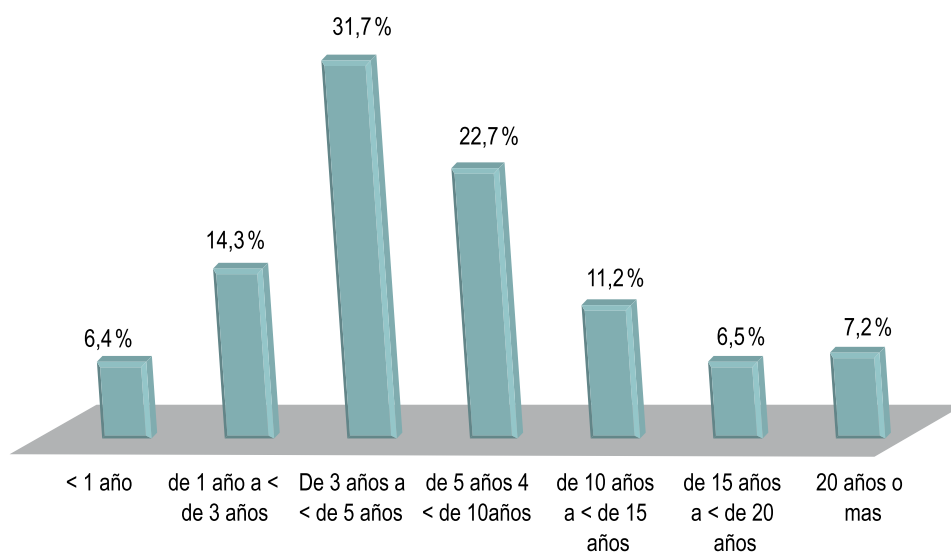


¿A qué sector pertenece su empresa?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

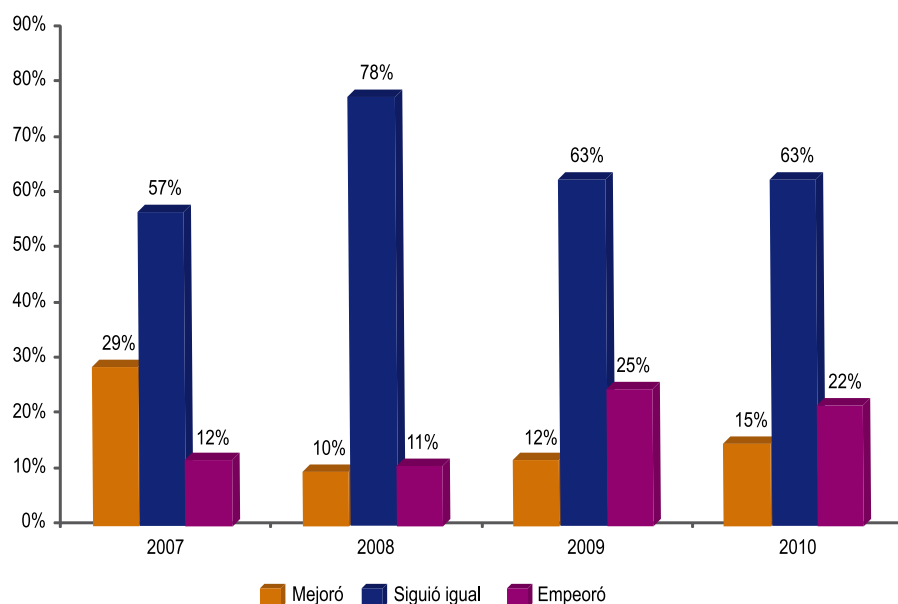


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

El 86% de las empresas encuestadas eran microempresas, el 14% pymes y el 2,9% grandes empresas. El 79% se encuentran ubicadas en los sectores de servicios, el 13,6% en la industria y el 6,5% en la construcción. El 46% de las empresas tienen entre uno y cinco años de funcionamiento.

2. Percepción y perspectivas de la actividad económica

¿Cómo fue la situación de su empresa en el último año?

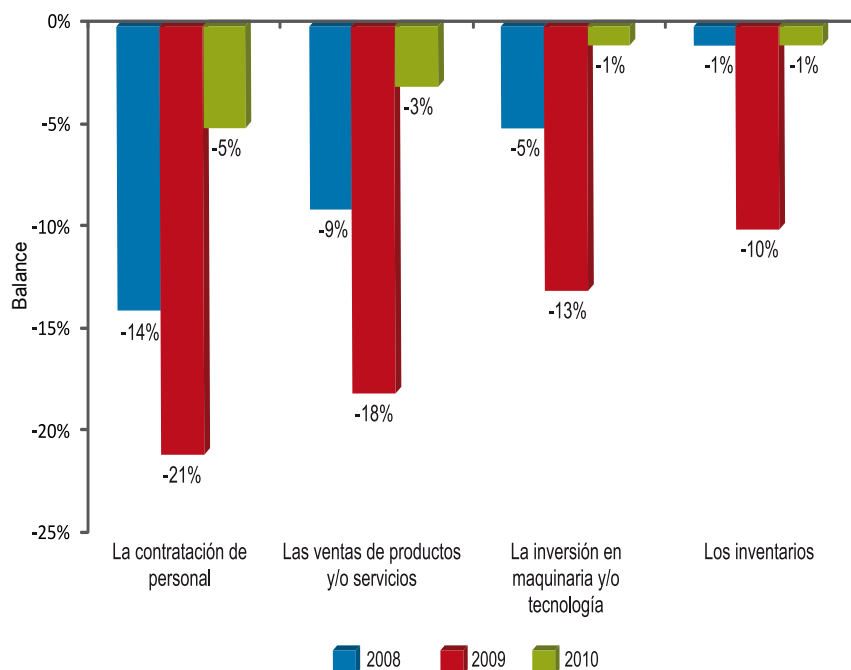


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, el 78% de los empresarios consideró que su situación económica mejoró o permaneció igual. Los empresarios que consideraron que su situación económica empeoró disminuyeron del 25% en el 2009 al 22% en el 2010.

Las micro y pequeñas empresas fueron las más afectadas (23% en situación negativa), mientras que en las grandes empresas, el 54% consideró que la situación económica de su empresa se mantuvo igual y el 36% que mejoró. En la mediana empresa para el 11% de los empresarios su situación fue negativa y para el 15% mejoró.

¿Cuál fue el balance en el último año en su empresa?



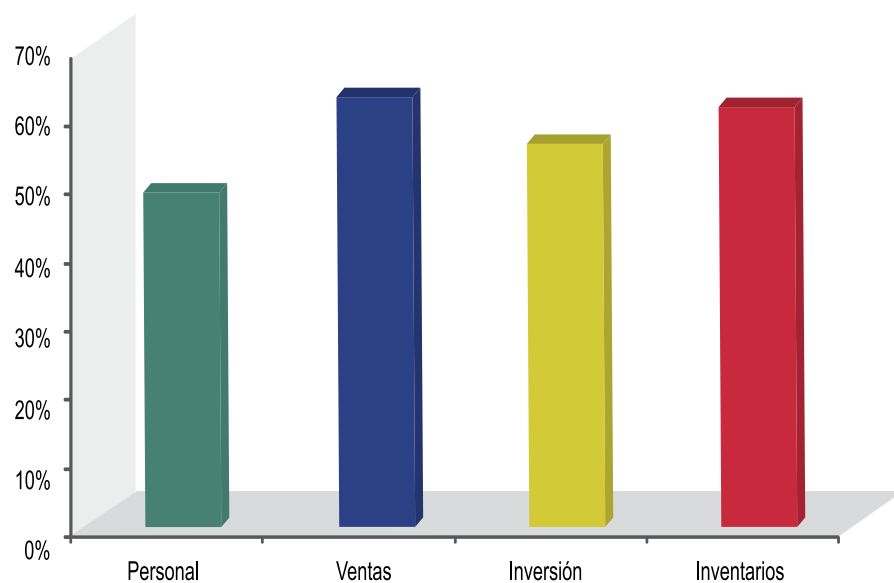
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, la recuperación de la economía bogotana y del país se ha reflejado en la presencia de mejores balances en las empresas; sin embargo, éstos aún son negativos en contratación de personal, ventas, inversión e inventarios.

En contratación de personal, el balance indica que las empresas dejaron de despedir trabajadores al ritmo que lo hicieron en los dos años anteriores. En el 2010, para el 18% de los empresarios disminuyó la contratación de personal. Las ventas disminuyeron según el 22% de los empresarios y para el 19% aumentaron. La inversión en maquinaria y equipo disminuyó de acuerdo con el 15% de los empresarios y aumentó para el 14%. Los inventarios se redujeron a niveles aceptables, sólo para el 15% de las empresas aumentaron.

2. Percepción y perspectivas de la actividad económica

¿Cuáles son sus expectativas para el 2011?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

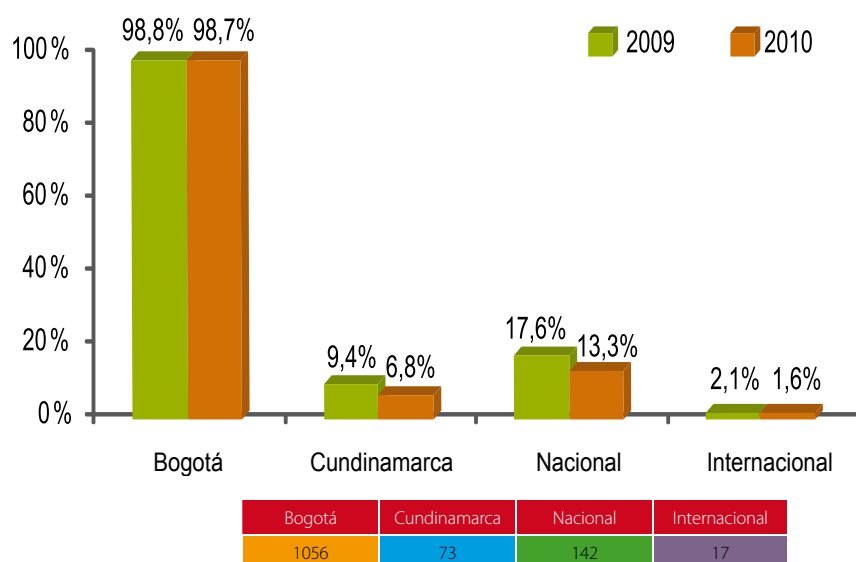
Las perspectivas para el 2011 indican que los empresarios en Bogotá son optimistas, en la medida que consideran que las ventas serán superiores a las del 2010. Los más optimistas son los empresarios de las grandes empresas: más del 73% consideran que ese año será mejor; en la mediana (más del 70%) y en las micro y pequeñas empresas el optimismo es menor (más del 50%).

Sin embargo, las mejores perspectivas estarán acompañadas de la acumulación de niveles de inventarios superiores a los actuales para la mayoría de las empresas (69%).



3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

¿Cuál es el mercado destino de sus productos y servicios?



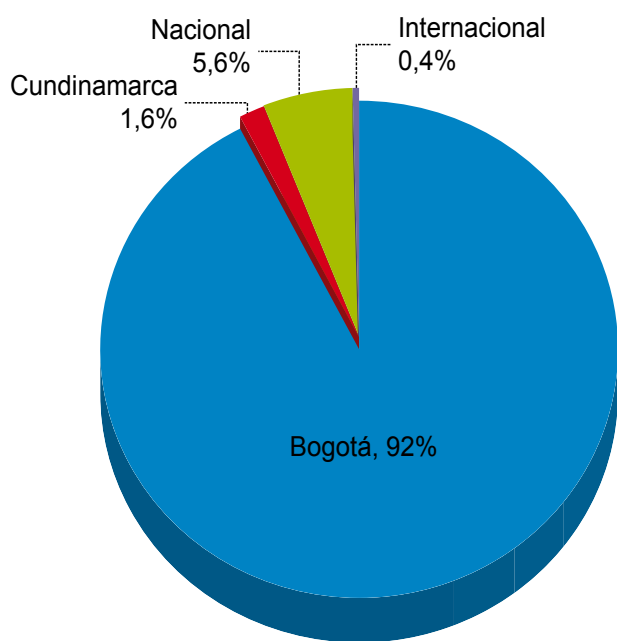
En el 2010, como ha sido tradicional, la casi totalidad (98,7%) de las empresas de Bogotá comercializan su producción en el mercado local.

Hacia las demás regiones del país, sólo el 13,3% de las empresas atienden esos mercados que representan más de la mitad de la población y del PIB de Colombia.

Hacia los mercados internacionales son escasas las empresas (1,6%) que dirigen sus ventas. Principalmente empresas grandes y medianas.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Qué porcentaje de la producción destina para atender los siguientes mercados?



En el 2010, el 92,3% de la producción realizada por las empresas de Bogotá se vendió en el mercado de la ciudad. Este hecho es la expresión del predominio de micros y pequeñas empresas que atienden principalmente mercados de barrio.

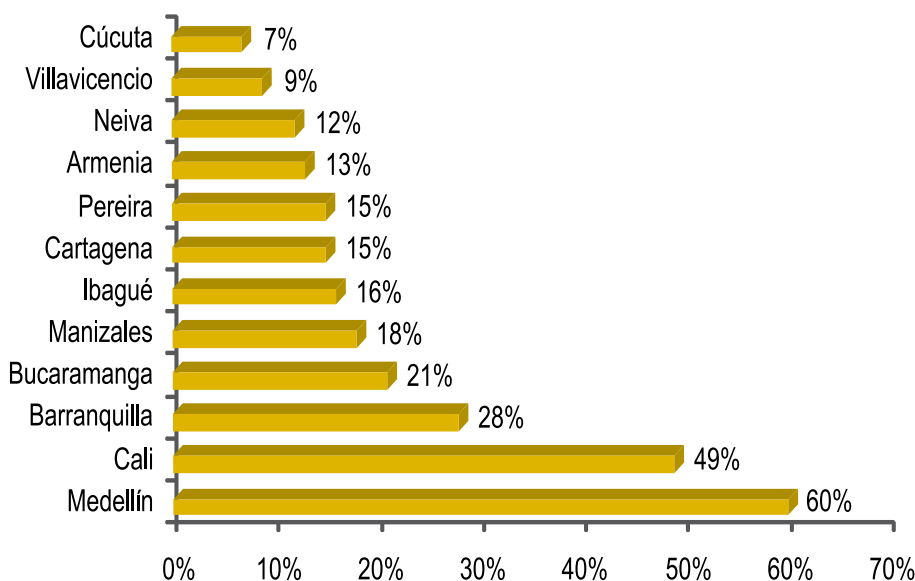
La gran empresa y la pyme venden en Cundinamarca y en el mercado nacional el 7,2% de la producción.

La baja orientación de la producción hacia los mercados internacionales (0,4%) está relacionada con el escaso número de empresas exportadoras y con la baja capacidad de producción característica de las mypimes.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

¿En cuáles ciudades comercializa los productos o servicios?

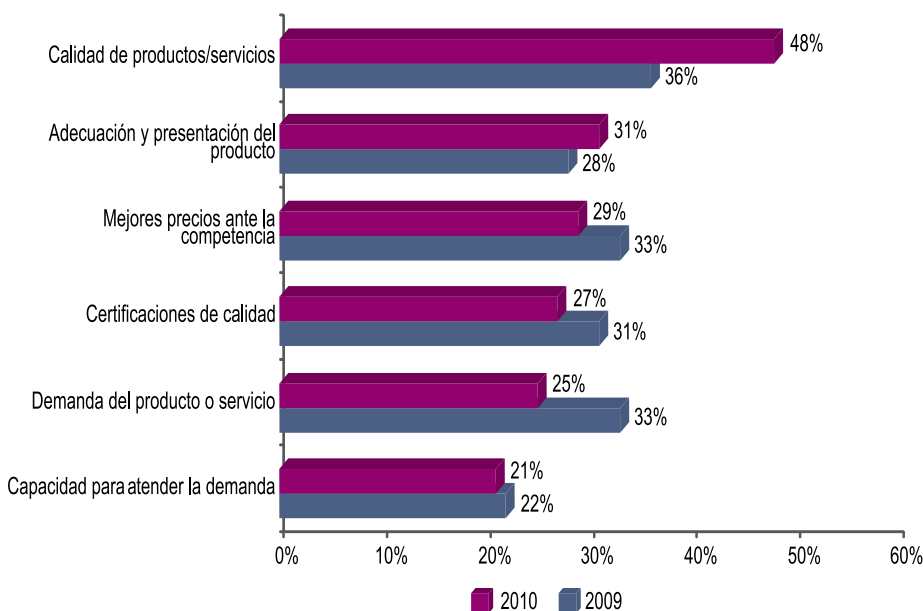


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

Medellín y Cali son las dos ciudades donde más comercializan sus productos los empresarios bogotanos. Estas dos ciudades tienen mercados con más de dos millones de personas, cada una. Además, cuentan con alta capacidad de compra, más de US\$ 4.000 por persona.

En las demás ciudades que tienen un mercado de 9,5 millones de consumidores, hay una demanda variada de productos que se pueden distribuir desde Bogotá.

¿Cuáles son los factores determinantes para distribuir los productos o servicios en el mercado local?



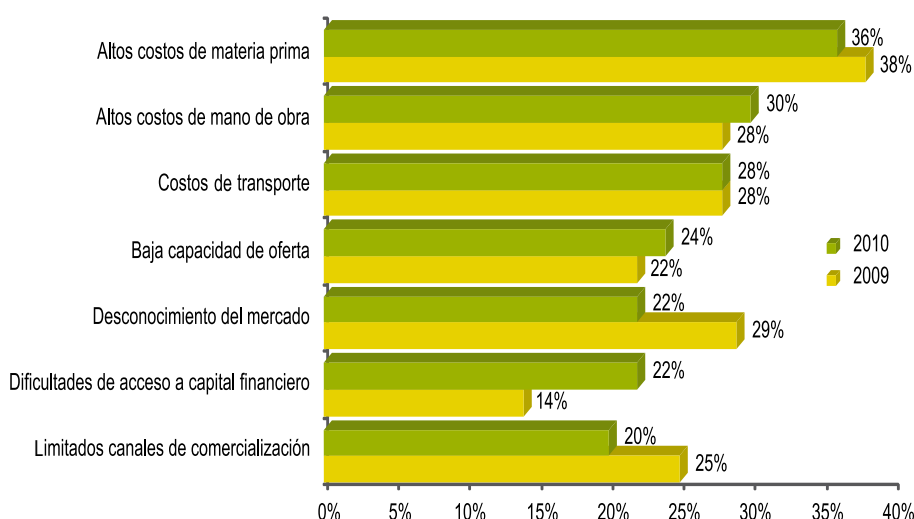
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, para los empresarios de Bogotá, la calidad (48%), la adecuación y presentación del producto (31%) y los mejores precios (29%) han sido los tres factores más determinantes para comercializar los productos y servicios en el mercado local.

En este año, los empresarios destacaron con mayor frecuencia la calidad como la ventaja más importante para consolidarse en el mercado de la ciudad.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

¿Cuáles son los obstáculos que dificultan la distribución de los productos y servicios en el mercado local?

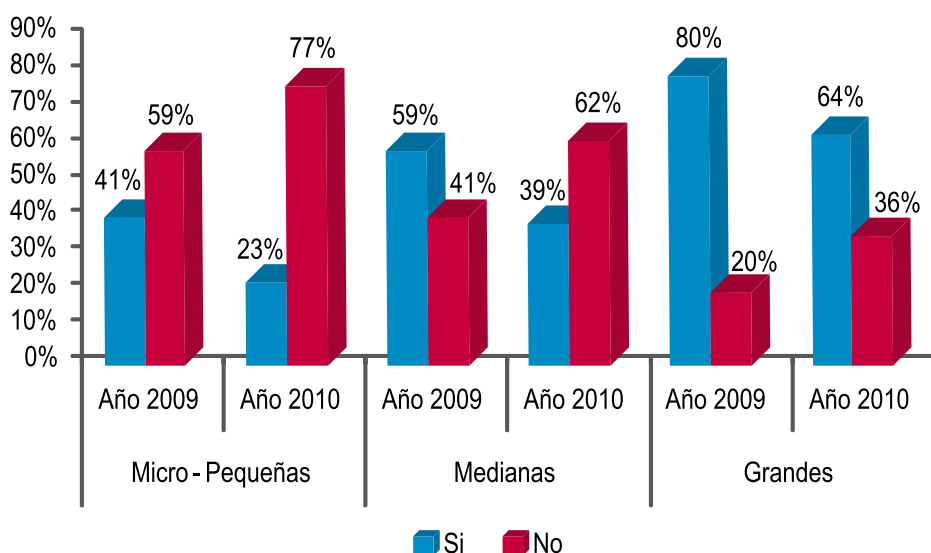


En el 2010, los altos costos de las materias primas (36%), de mano de obra (30%) y del transporte (28%) se han convertido en los principales obstáculos que hicieron difícil la distribución de bienes y servicios en la ciudad.

La baja capacidad de oferta, el desconocimiento del mercado y las dificultades de acceso al capital, también se mencionan como obstáculos a la actividad empresarial.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Le interesa ampliar la comercialización de sus productos y servicios a otras regiones de Colombia?



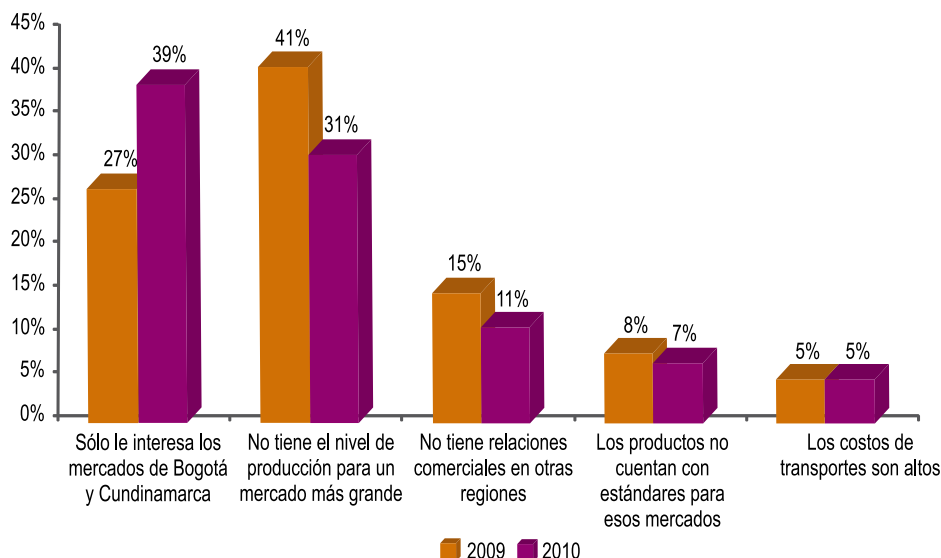
La mayoría de los empresarios que tienen grandes empresas (64%) les interesa comercializar sus productos y servicios en otras regiones del país. En las empresas medianas el interés es del 39%.

En las micro y pequeñas empresas es aún menor. Sólo el 23% de las empresas les interesa los demás mercados de Colombia. Una parte de estas empresas tienen relaciones comerciales con otras regiones y capacidad de producción para ofrecer con ventajas sus productos y servicios en otros mercados de Colombia.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

¿Cuáles son las razones por las que no se comercializa en otras regiones de Colombia?

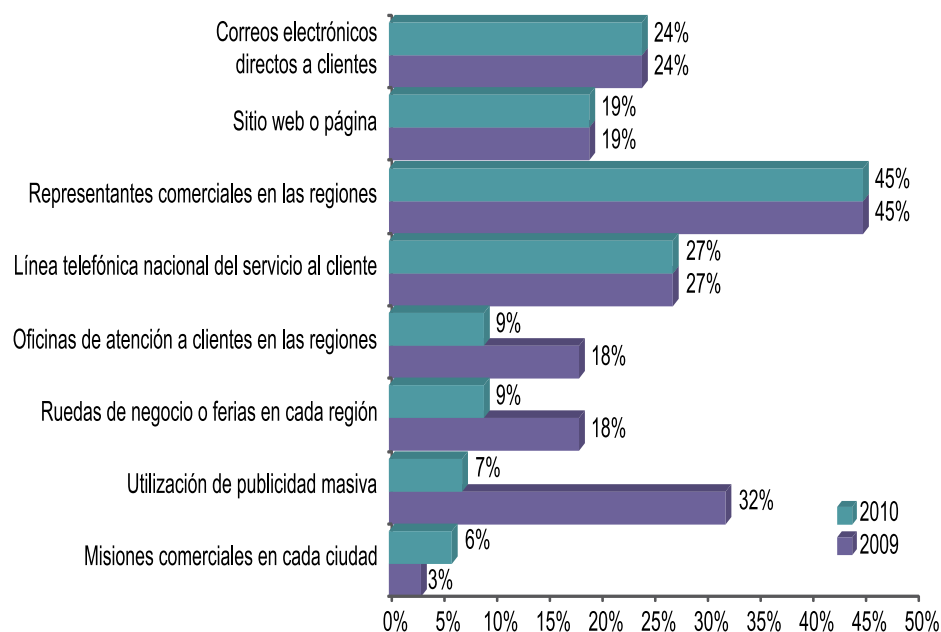


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, las principales razones de los empresarios para no vender sus productos y servicios en otras regiones del país son: sólo les interesa los mercados de Bogotá y Cundinamarca (39%) y no tienen un nivel de producción suficiente (31%) para atender mercados más grandes.

Según las medianas (25%), micro y pequeñas (32%) empresas, la baja capacidad de producción limita sus posibilidades de ampliar las ventas a otros mercados diferentes al de Bogotá.

¿Cuáles son los recursos que utilizan las empresas de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en otras regiones de Colombia?



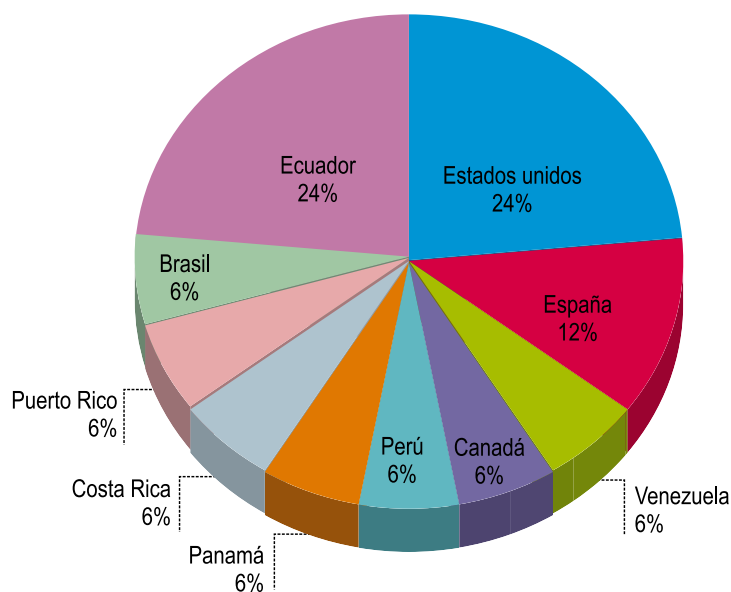
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

El envío de correos electrónicos, el uso de páginas web y la contratación de representantes comerciales son las tres estrategias más importantes que utilizan los empresarios de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en los mercados de otras regiones de Colombia.

Por tamaño de empresa, en las grandes el principal recurso es la contratación de representantes comerciales (77%), en las medianas el uso de páginas web (38%), y en las micro y pequeñas empresas el envío de correos electrónicos (39%).

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

¿Actualmente a cuál país exporta?



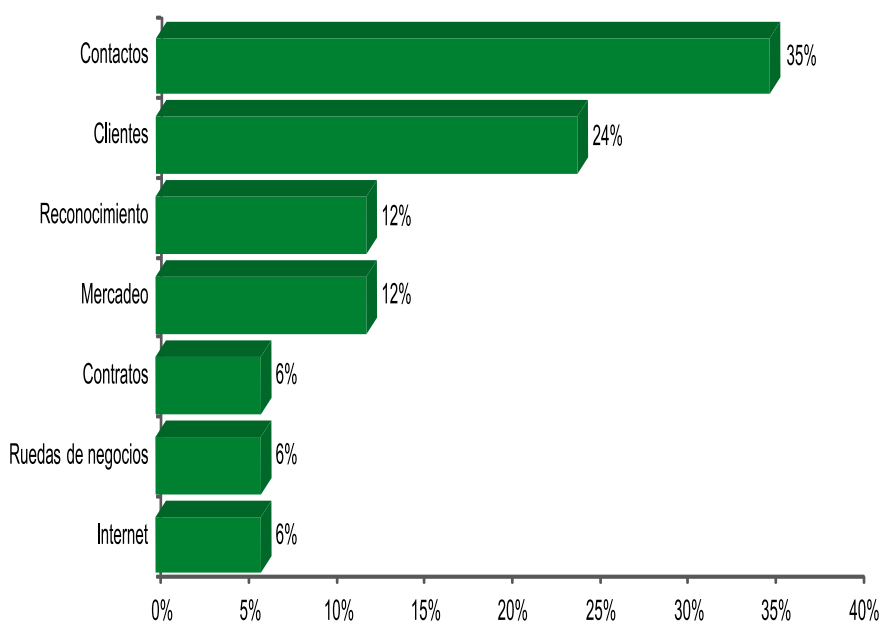
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, los mercados de exportación más importantes para las empresas de Bogotá, han sido los de Estados Unidos, Ecuador y España.

Éstos han sido mercados tradicionales para los exportadores de Bogotá, que venden en esos países principalmente productos químicos, plásticos y bienes agroindustriales.

En los últimos años, hacia Venezuela, que ha sido uno de los mercados más importantes, el número de exportadores se ha reducido en buena parte por la demora del CADIVI para autorizar el reembolso de divisas.

¿Cómo identificó las oportunidades de mercado para exportar?



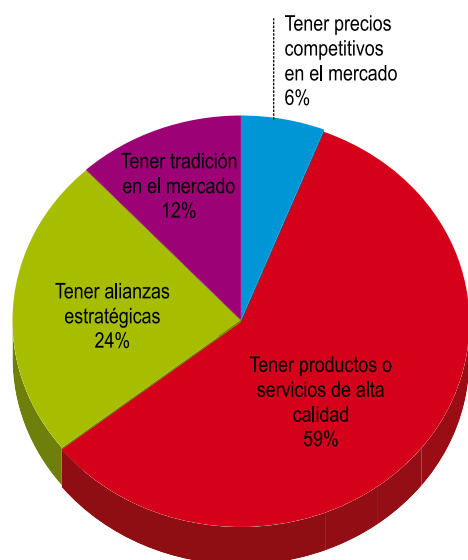
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

Los cuatro aspectos más importantes que utilizan los empresarios para identificar oportunidades en los mercados internacionales son los contactos comerciales, la información que les proveen los clientes, el reconocimiento de las ventajas que tienen los productos y el mercadeo.

En las grandes empresas, los contactos y los clientes son las dos estrategias más utilizadas; en las medianas empresas los clientes, mercadeo, contratos y ruedas de negocio. Y en las micro y pequeñas empresas principalmente los contactos, el reconocimiento y los clientes.

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

¿Cuál es la principal fortaleza que tiene la empresa para exportar?

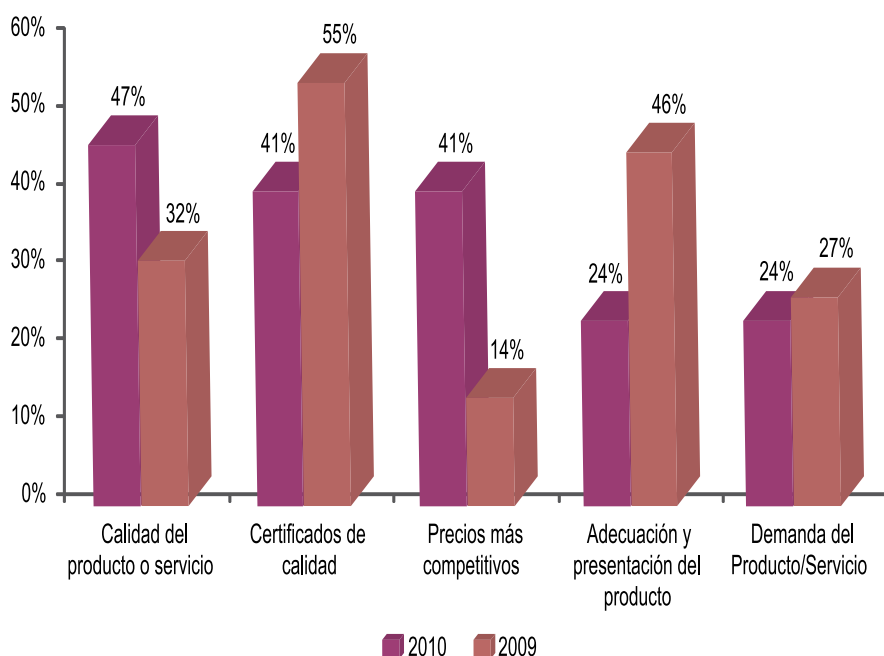


Los empresarios de Bogotá manifestaron que las principales fortalezas para exportar que tienen sus empresas son las de tener productos/servicios de alta calidad (59%) y alianzas estratégicas (24%).

En la gran empresa lo fundamental es tener productos/servicios de alta calidad; en la mediana empresa la tradición en el mercado y la calidad son indispensables. Y en la micro y pequeña empresa además de los aspectos mencionados, destacan la necesidad de tener precios competitivos en el mercado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuáles son los factores que le facilitan exportar sus productos y servicios?



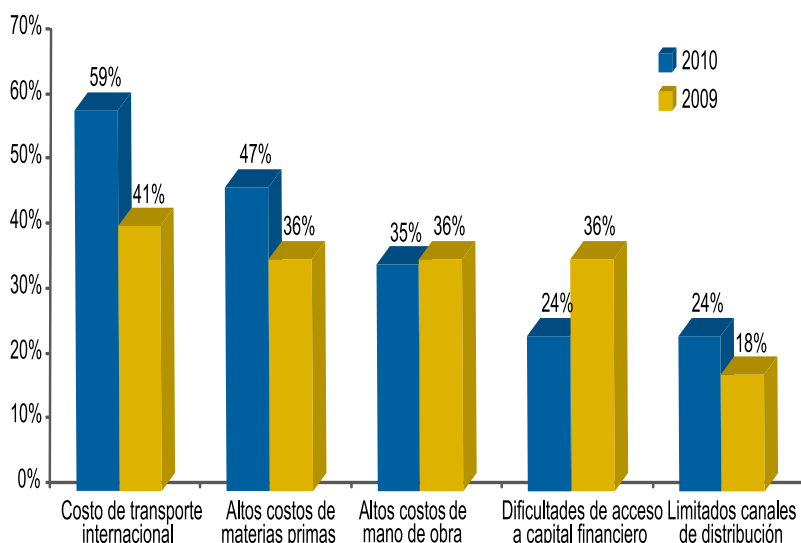
Los factores que facilitaron la actividad exportadora para los empresarios de Bogotá fueron: calidad del producto (47%), las certificaciones de calidad (41%) y la venta de productos con precios competitivos (41%). También destacaron la presentación del producto, los aranceles y la demanda, pero con menor importancia respecto a años anteriores.

Los empresarios de Bogotá, principalmente en las exportaciones de bienes industriales, se han consolidado en nichos de mercado de otros países de América Latina con productos de calidad y precios, como en el caso de los textiles en México y Ecuador.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

¿Cuáles son los factores que dificultan exportar sus productos o servicios?



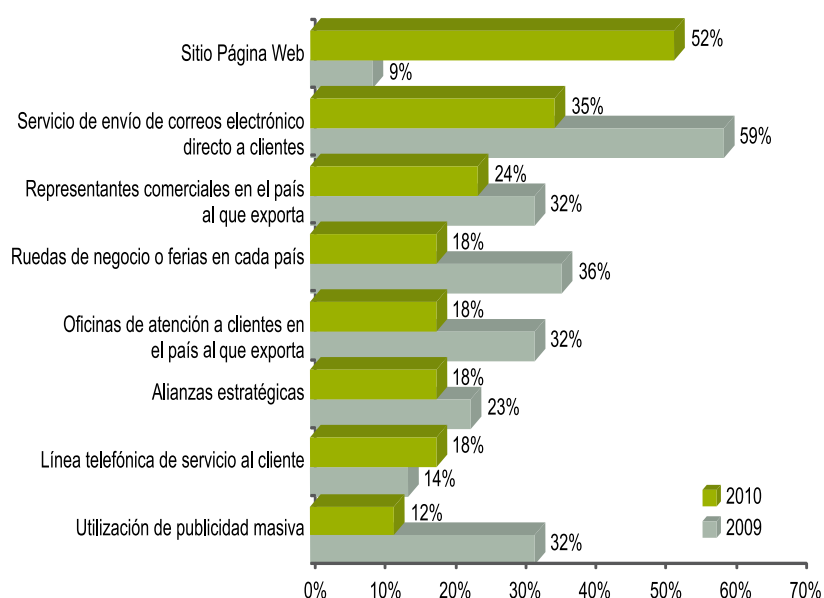
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, el alto costo del transporte internacional (59%) y de las materias primas (47%) han sido los principales factores que han limitado la actividad exportadora de los empresarios de Bogotá.

Esta situación está relacionada con los costos transfronterizos de Colombia, que superan el promedio de los países de América Latina, y por la demora de más de dos días en la que se incurre para transportar un contenedor desde Bogotá a un puerto.

Los demás factores inciden en la competitividad de las empresas de Bogotá en la medida que hacen más costosa la producción (costos de mano de obra) y limitan la capacidad de entrar en los mercados internacionales (acceso al crédito y los limitados canales de distribución).

¿Cuáles son los recursos que utilizan las empresas de Bogotá para dar a conocer sus productos o servicios en los mercados internacionales?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

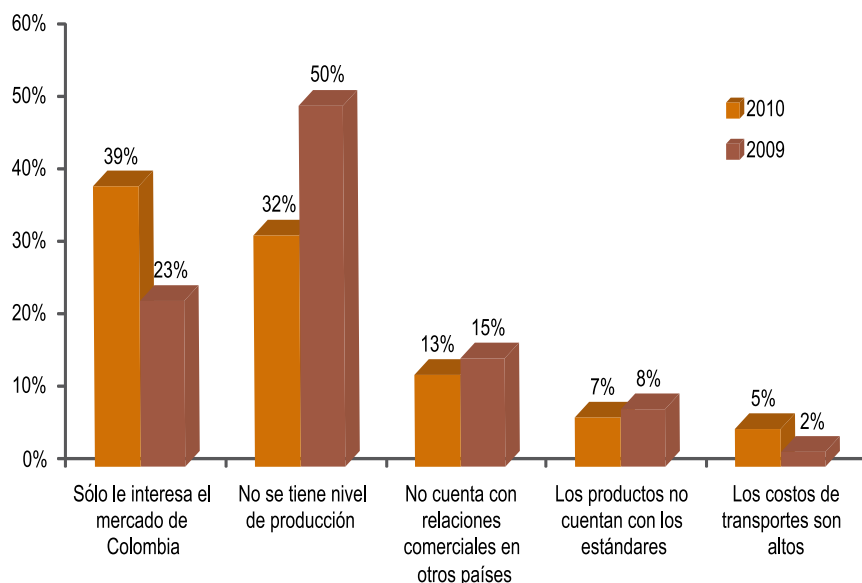
En el 2010, el uso de páginas web y el envío de correos electrónicos, son las dos estrategias más importantes que utilizan los empresarios de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en los mercados internacionales.

También destacan la contratación de representantes comerciales, las ruedas de negocios, la instalación de oficinas a clientes en los países de destino y las alianzas estratégicas.

En las grandes empresas es fundamental las oficinas de atención a los clientes en el país al que se exporta (100%); en las medianas se resalta el uso de páginas web, los servicios de correo y los representantes comerciales (50%), y en las micro y pequeñas empresas, el sitio web (57%) y el envío de correos electrónicos (36%).

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

¿Por qué no le interesa exportar sus productos o servicios?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

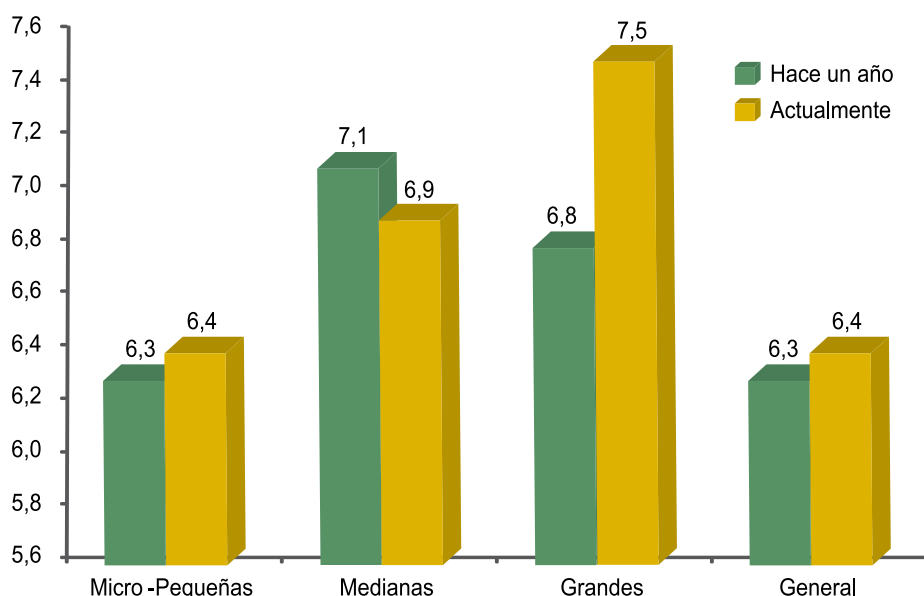
La baja orientación a exportar por parte de los empresarios de Bogotá se explica, entre otros factores, porque sólo les interesa atender el mercado de Colombia (39%), no tienen nivel de producción para atender un mercado más amplio (32%) y no cuentan con relaciones comerciales en otros países (13%).

Esta situación está relacionada con las características de la estructura empresarial de la ciudad, en la cual predomina la micro y pequeña empresa, y a las limitaciones por costos y capacidad de gestión, de vender los productos y servicios en mercados de otras regiones del mundo.



5. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global

¿Qué tan fácil es comercializar sus productos o servicios en los mercados que atiende?

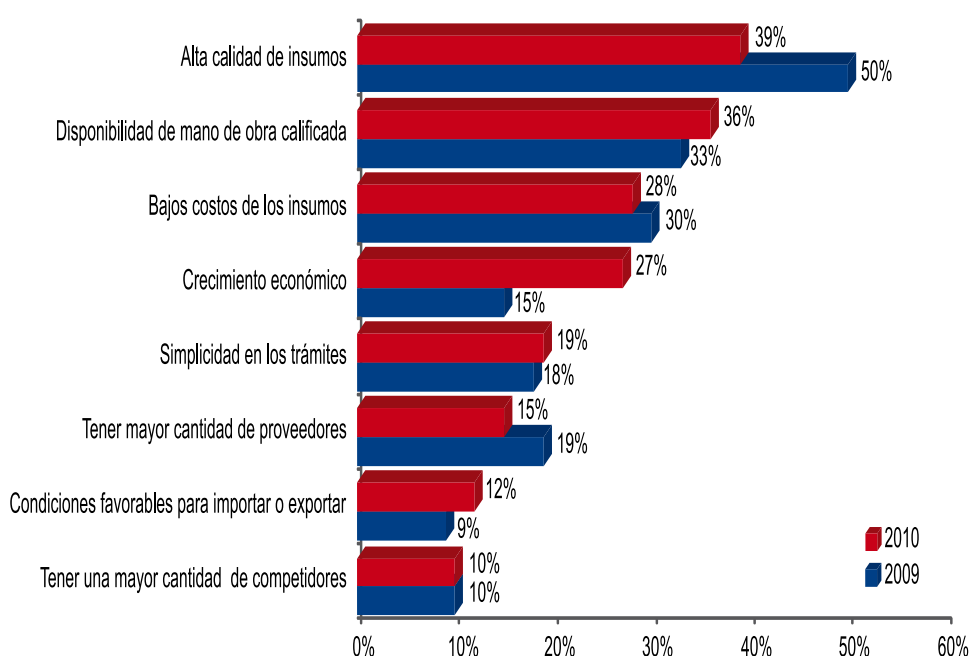


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, con relación al 2009, para los empresarios de Bogotá fue más fácil comercializar sus productos y servicios.

La microempresa es la que presentó mayor dificultad, dado que la calificación (actualmente) es la más baja (6,4). Para la mediana empresa se hizo más difícil la comercialización de sus productos, pues su calificación de 6,9 es inferior a la de hace un año (7,1).

¿Cuáles son los factores del entorno que favorecen más el desarrollo de la actividad económica de su empresa?



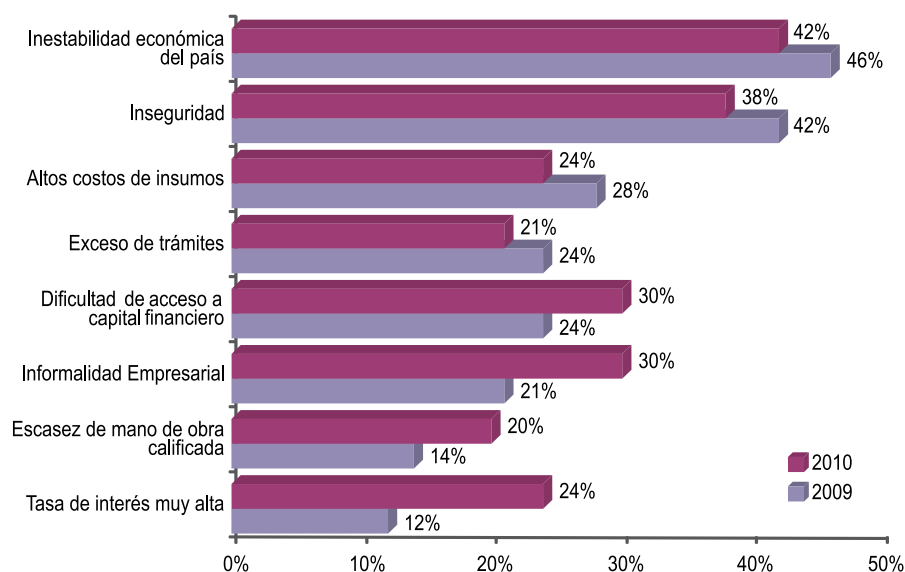
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

Como ha sido tradicional, los tres factores que más favorecen la actividad económica de las empresas son la alta calidad de los insumos, la disponibilidad de mano de obra calificada y los bajos costos de los insumos.

En la gran empresa, los factores más importantes son tener recursos financieros y el crecimiento económico. En la mediana se destacan el crecimiento económico y la disponibilidad de mano de obra calificada. Y en la micro y pequeña empresa, la alta calidad de los insumos y la disponibilidad de mano de obra calificada.

5. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global

¿Cuáles son los factores que obstaculizan el desarrollo de la actividad económica de su empresa?

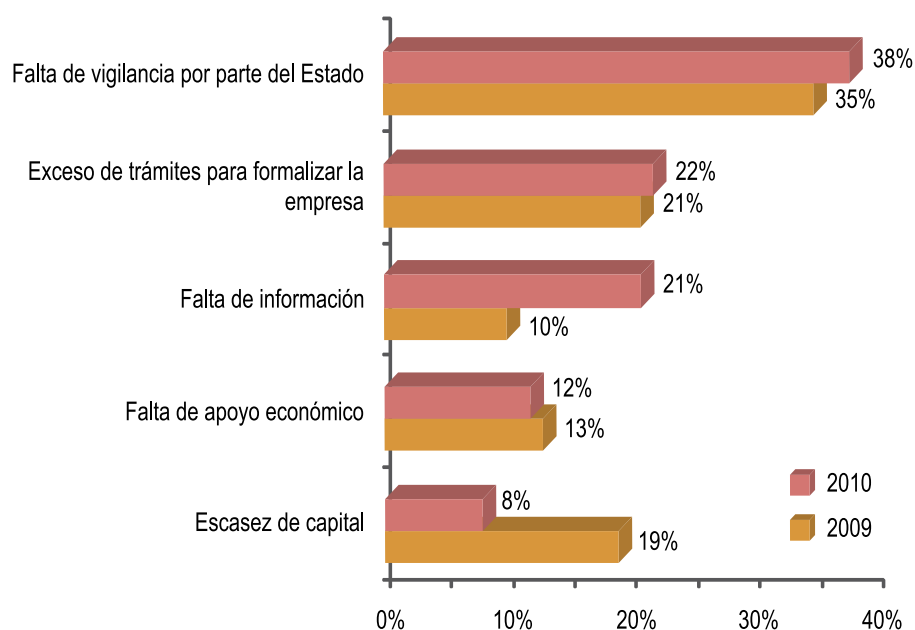


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

Los factores que más han obstaculizado la actividad económica son la inestabilidad económica, la inseguridad y el alto costo de los insumos. También se destacan las dificultades de acceso al capital financiero y la informalidad.

Por tamaño de empresa, la inestabilidad económica, la inseguridad y el exceso de trámites han afectado más a la grande y mediana empresa. A la micro y pequeña empresa, la inestabilidad económica, la inseguridad y el alto costo de los insumos.

¿Cuál cree que es la principal causa por la que se generan actividades informales?



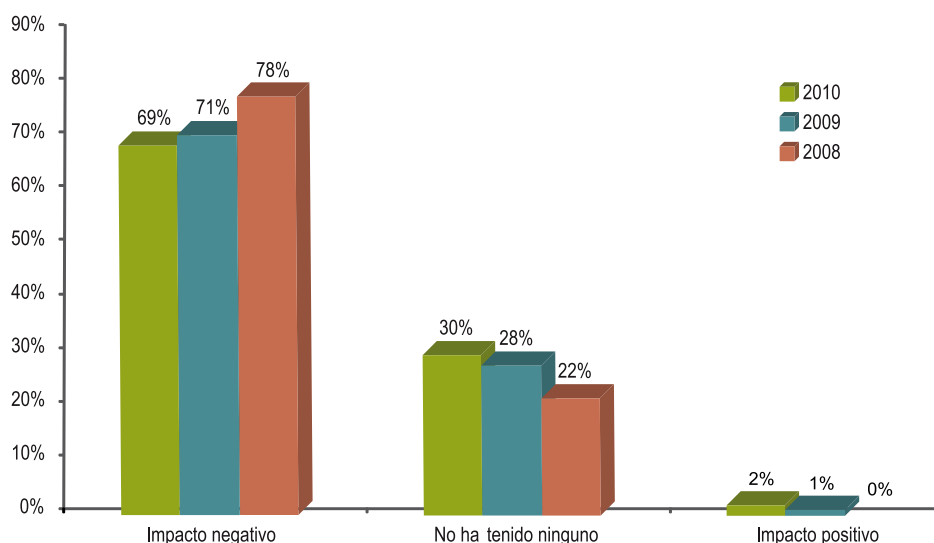
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, según la percepción de los empresarios bogotanos, las actividades informales se deben principalmente a la falta de vigilancia del Estado (35%), al exceso de trámites para formalizar la empresa (22%) y a la falta de información (21%).

La informalidad en Bogotá es del 47%. Ésto significa que en la ciudad se deben desarrollar acciones orientadas a divulgar los beneficios de la formalización y a disminuir trámites.

5. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global

¿Cuál es el impacto de las actividades informales en el sector donde se encuentra su empresa?

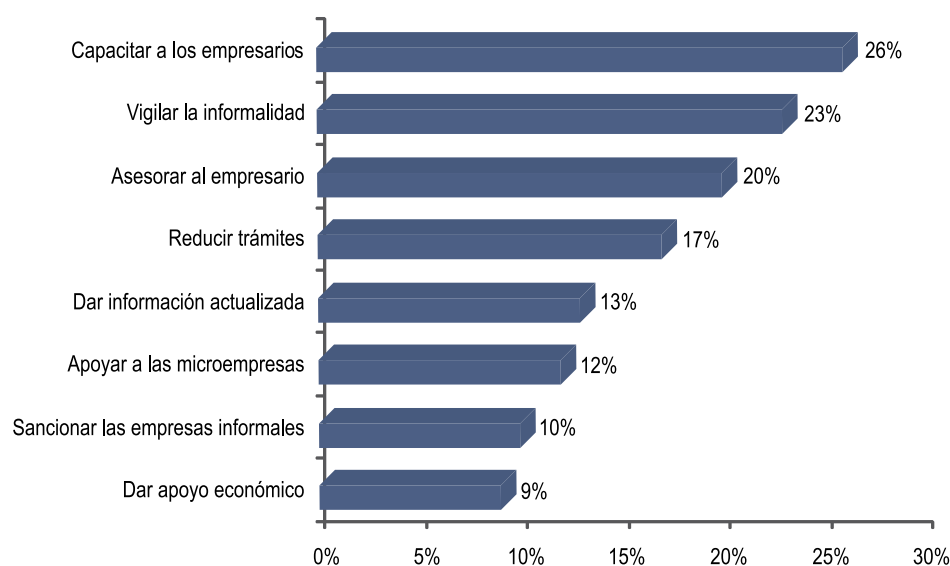


La mayoría de los empresarios de Bogotá señalan la existencia de actividades informales en su sector productivo.

Además, les genera un impacto negativo (78%) para el desarrollo de sus actividades productivas, en razón a que se constituyen en un factor de competencia en condiciones de desventaja para las empresas formales y deteriora la imagen de los negocios en las localidades.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuáles son las acciones que cree usted debe realizar la Cámara de Comercio de Bogotá para promover la formalización de las empresas?

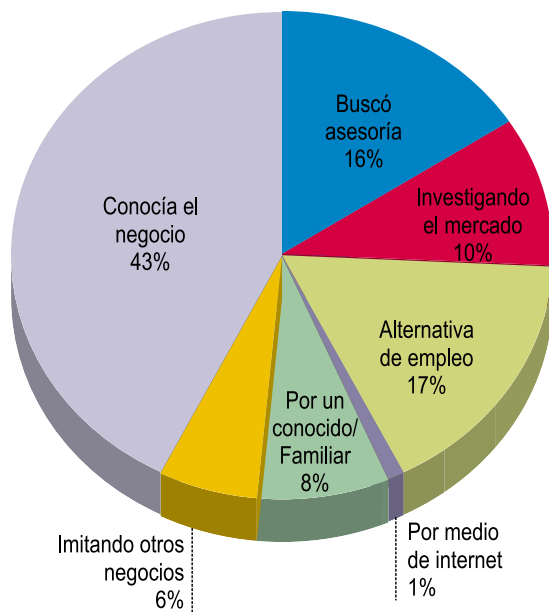


Los empresarios bogotanos consideran que las principales acciones que debe promover la Cámara de Comercio de Bogotá, son la capacitación y ofrecer asesoría a los empresarios para formalizarse.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

6. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Cómo identificó la oportunidad de negocio para crear su empresa?

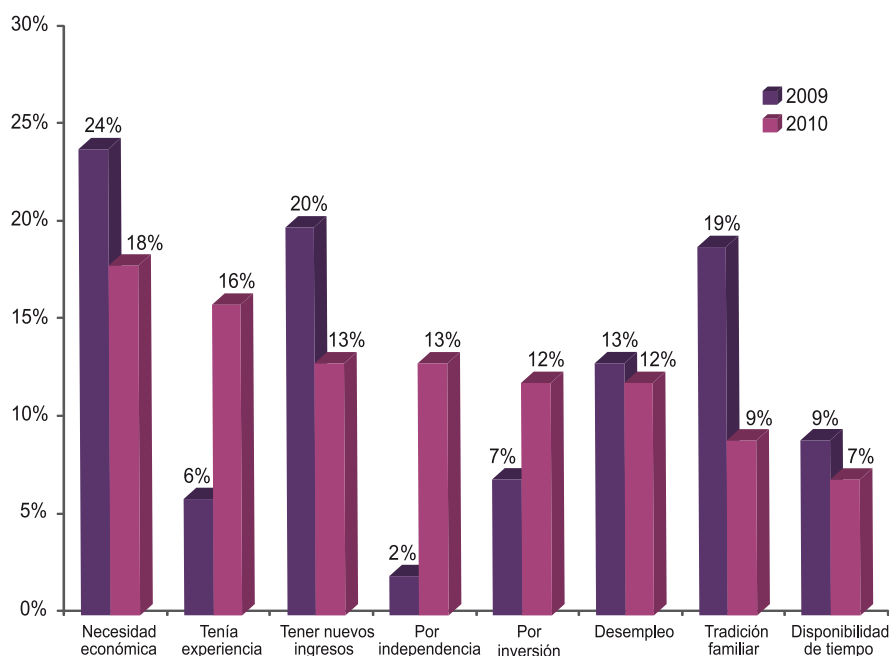


La mayoría de los empresarios identificó la oportunidad del negocio por experiencia propia, es decir, conocían el negocio (43%). También se destaca la baja participación que tiene la oportunidad del negocio con asesoría e investigación del mercado. Estos negocios tienden a ser más sostenibles en el largo plazo.

Las opciones de alternativa de empleo tienden a concentrarse en empresas pequeñas y de corto plazo. Tan pronto el empresario encuentre trabajo, suele abandonar el negocio.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es la principal razón para crear empresa?



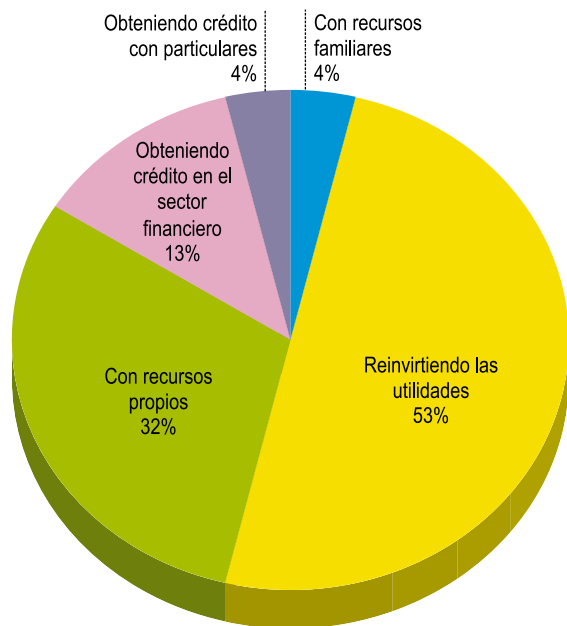
La principal razón para crear empresa en Bogotá es la necesidad económica (18%). Sin embargo, es importante para los empresarios el emprendimiento por oportunidad; por ello, la experiencia, tener nuevos ingresos, la independencia y la necesidad de invertir, están entre las razones más frecuentes.

Por tanto, es necesario consolidar un entorno empresarial en la ciudad que promueva aún más la actividad emprendedora con base en la identificación de oportunidades, para tener empresas sostenibles a más largo plazo.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

6. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Cómo financia el desarrollo de su actividad empresarial?

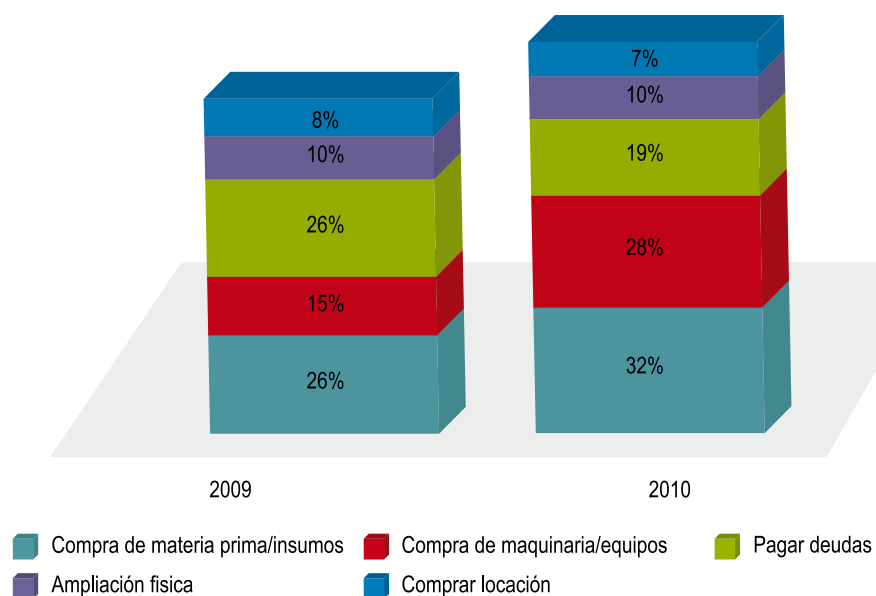


La reinversión de utilidades y el uso de recursos propios son las principales fuentes de financiamiento de las empresas en Bogotá.

El crédito financiero es una alternativa menos importante. El 58% de las empresas consideran que acceder a recursos financieros es difícil debido al exceso de trámites (48%), altas tasas de interés (19%) y falta de respaldo (13%).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es el principal destino de los recursos que le prestaron?



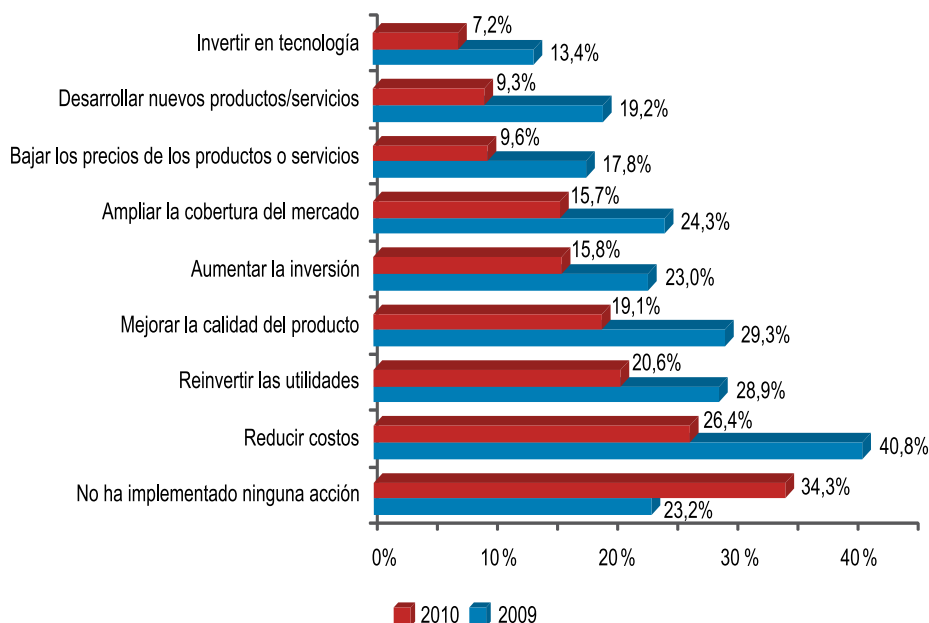
En el 2010, comprar materias primas y maquinaria fueron los dos destinos más importantes del crédito en las empresas de Bogotá.

Pagar deudas ocupa un lugar secundario. Es decir, para las empresas el crédito ha sido importante para financiar capital de trabajo e inversión; por tanto, su disponibilidad y acceso son fundamentales para el crecimiento de las empresas.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

6. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Qué acciones ha implementado la empresa en el último año para fortalecer el posicionamiento y participación en el mercado?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, reducir costos, reinvertir utilidades y mejorar la calidad del producto han sido las acciones más importantes asumidas por las empresas para mejorar su participación en los mercados.

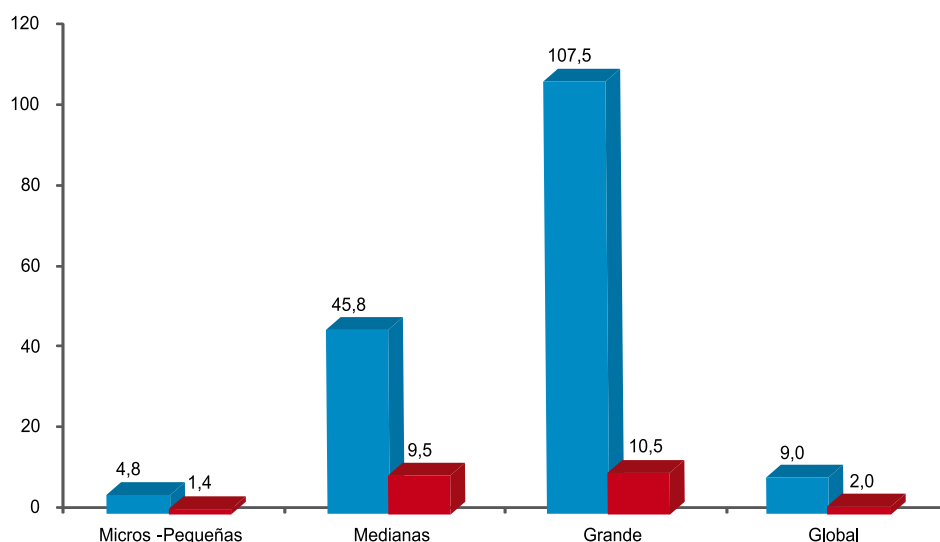
En la gran empresa, la prioridad es reinvertir las utilidades. En la mediana aumentar la inversión y en la micro y pequeña empresa reducir costos.

Sin embargo, es alta la participación de las empresas que no realizaron ninguna acción.



7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿Cuál es el número promedio de personas fijas y temporales que trabajan en la empresa?

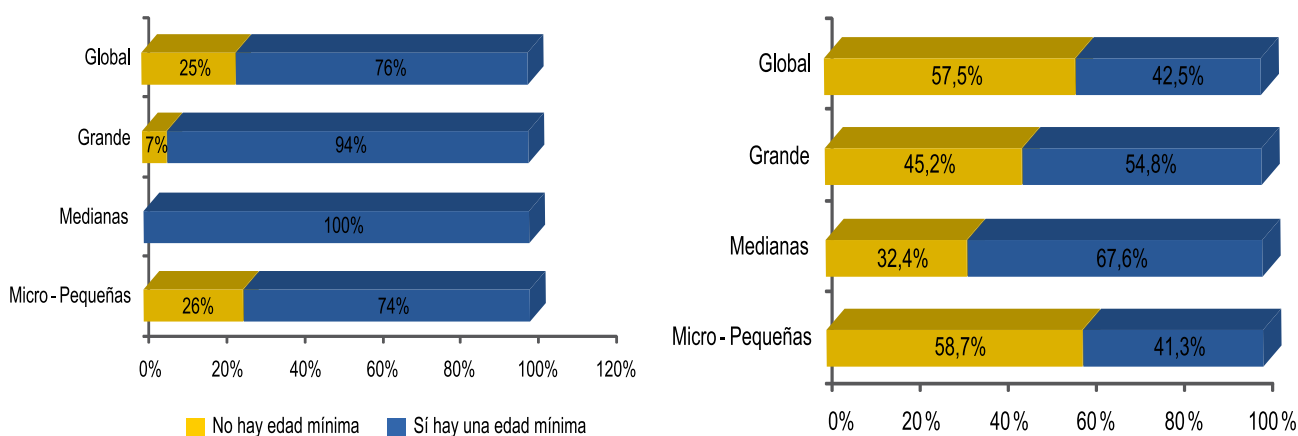


En el 2010, el 82% de las personas que laboran en las empresas estaban con contrato a término fijo.

En la gran empresa, sólo el 9% de los contratos eran temporales. En la mediana, el 18% y en la micro y pequeña empresa, es donde esta clase de contratación es mayor, 24%.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es la edad mínima y máxima que debe tener una persona para ser contratada?

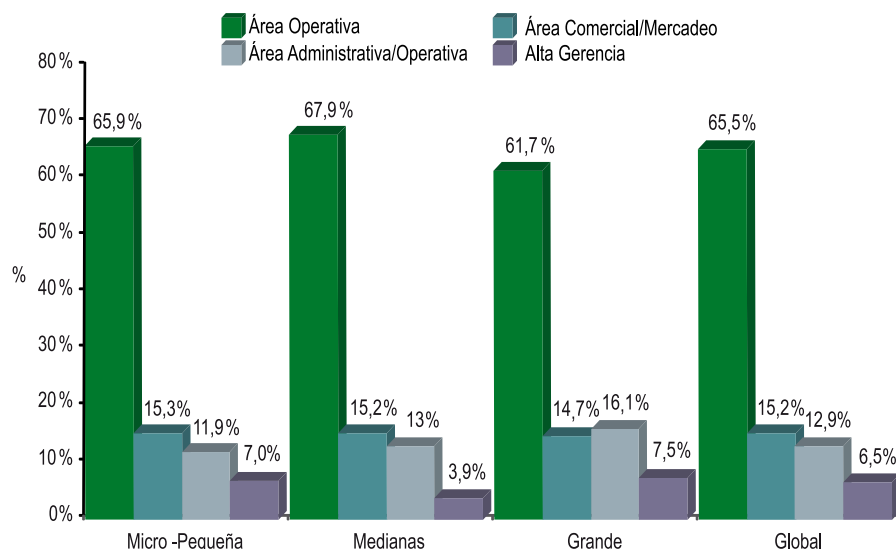


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

La mayoría de las empresas tienen una edad mínima (19 años) para contratar a una persona, y el 42% considera que la edad máxima es de 45 años en promedio. En las grandes empresas es donde más tienen en cuenta la edad, mientras que en las micro y pequeñas, ésta es menos relevante; sin embargo, el promedio de edad mínima de contratación es de 19 años.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿Cuál es el porcentaje promedio de personal que trabaja en cada área de la empresa?

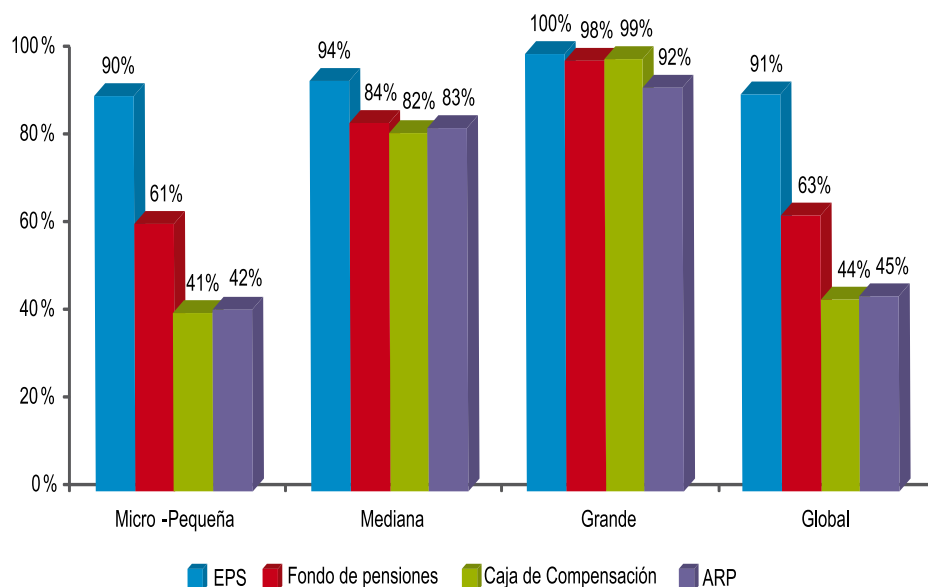


En el 2010, el 66% de las personas que laboran en las empresas, estaba vinculado para desempeñar labores operativas.

En la gran empresa se destaca la importante participación del personal administrativo, como resultado de la mayor complejidad en su organización, que además requiere de mayor cantidad de personal directivo (7,5%).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es porcentaje de personas afiliado a EPS, fondo de pensiones, caja de Compensación y ARP?



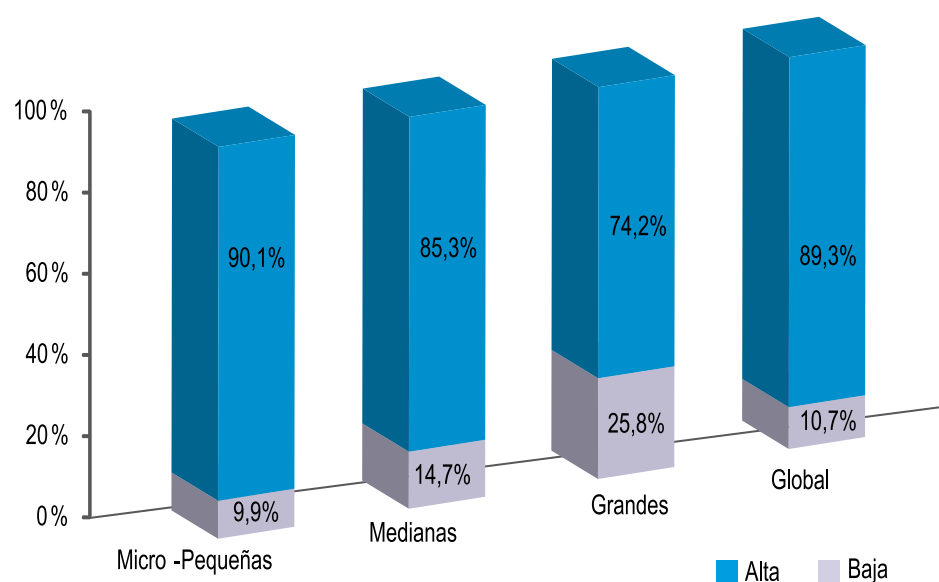
Las empresas tienden a tener garantizada principalmente la seguridad en salud, en especial la gran empresa (100% de sus empleados) y en la micro y pequeña empresa esta afiliación suele ser menor (90%).

El aseguramiento a riesgos profesionales es relativamente bajo en todas las empresas: 92% en la grande y sólo el 41% en la micro y pequeña empresa.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿Cuál es la rotación del personal de su empresa?

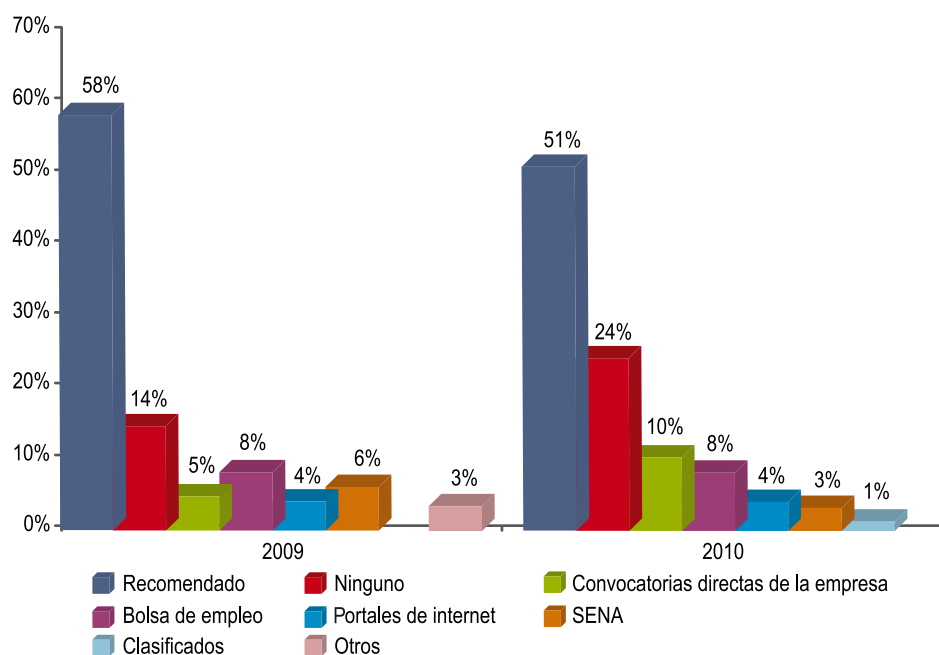


La rotación de personal es alta (89,3%) en la mayoría de las empresas bogotanas. Esta situación es favorable por el menor impacto en los costos; sin embargo, tiende a generar dificultades en la productividad y eficiencia del trabajo.

En la micro y pequeña empresa, prácticamente todo el personal tiene alta rotación; esto puede estar relacionado con la inestabilidad de los procesos y de las mismas empresas, que se liquidan con alta facilidad.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es el medio que usa la empresa con mayor frecuencia para buscar personal?



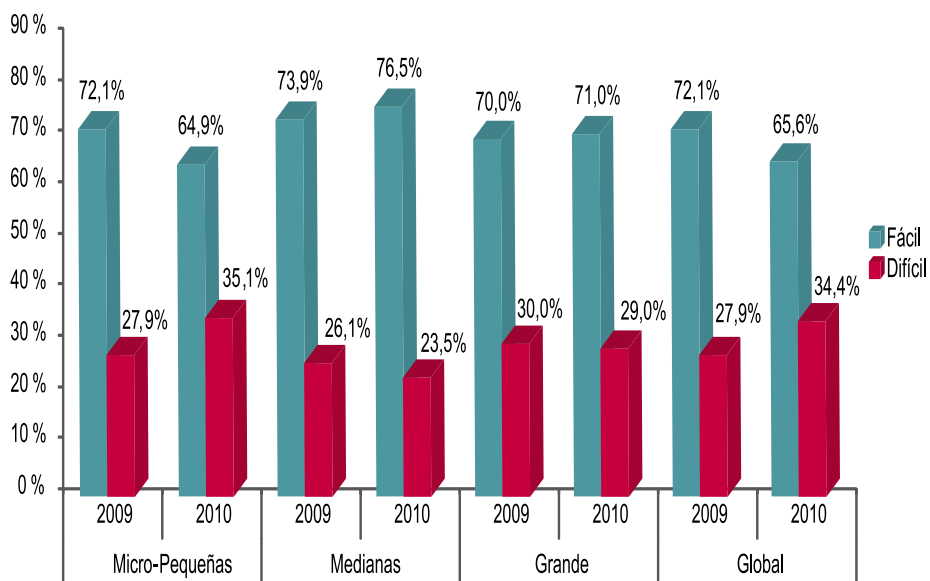
El personal recomendado es el medio más frecuente que utilizan las empresas en su proceso de contratación de empleados. En la micro y pequeña empresa es donde tiene mayor frecuencia esta modalidad.

En la mediana (48%) y gran empresa (29%) las bolsas de empleo son la segunda fuente más importante para conseguir empleados. Esta modalidad les da seguridad y confianza en los procesos de contratación.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿Es fácil o difícil conseguir personal calificado para la empresa?

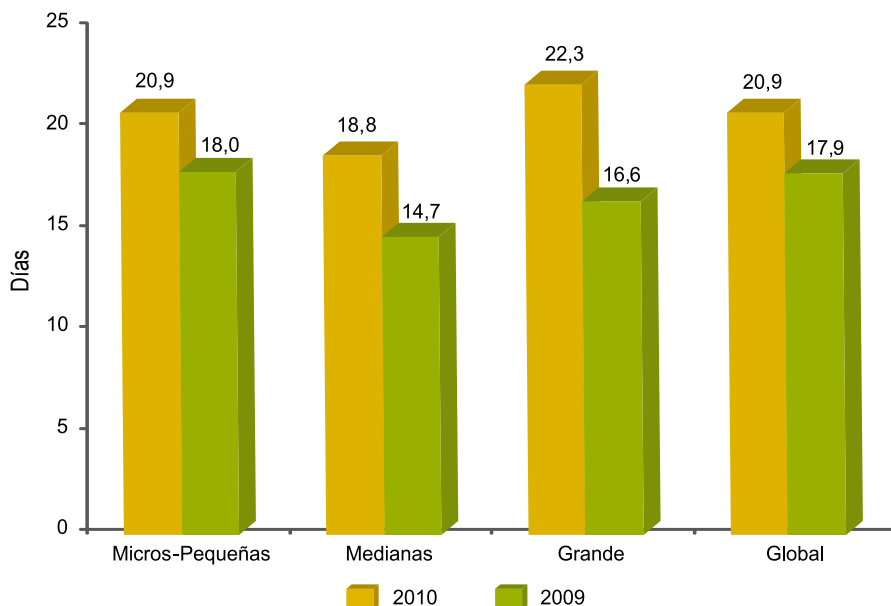


En general, para las empresas de Bogotá es fácil conseguir personal calificado. Sin embargo, en el 2010 ha aumentado el número de empresarios que perciben dificultades, especialmente en la micro y pequeña empresa.

En gran parte, esta situación se debe a la calificación y experiencia que se requiere para desempeñar tareas muy específicas de la empresa.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es el tiempo promedio para conseguir el personal capacitado para su empresa?



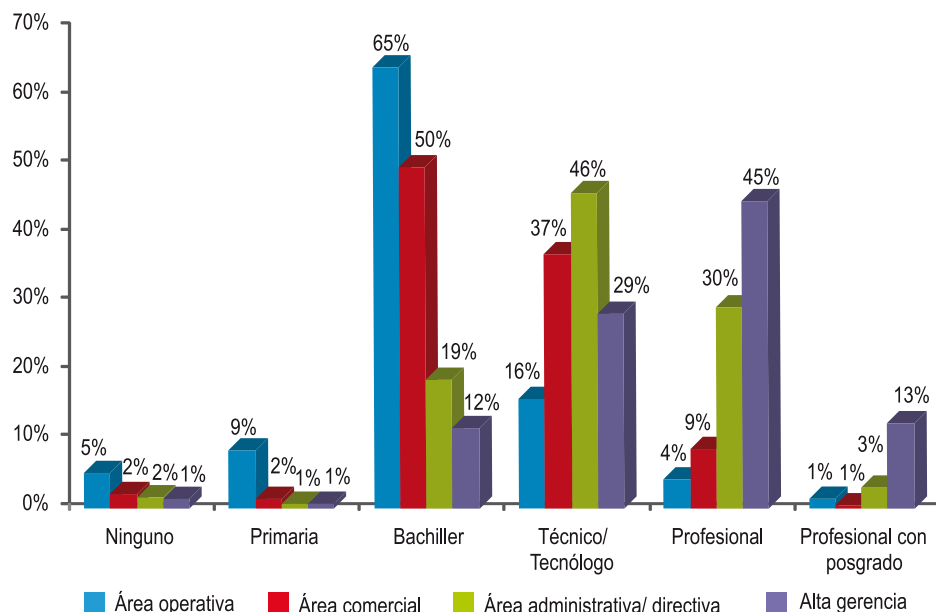
En el 2010, las empresas han conseguido personal capacitado en 21 días, tres días más que en el 2009.

Las empresas medianas son las que menos tiempo requiere, 19 días. Las empresas grandes utilizan más tiempo, 21 días; probablemente por el proceso de selección de personal que muchas de estas empresas utilizan.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

Formación que debe tener el personal de la empresa, por áreas

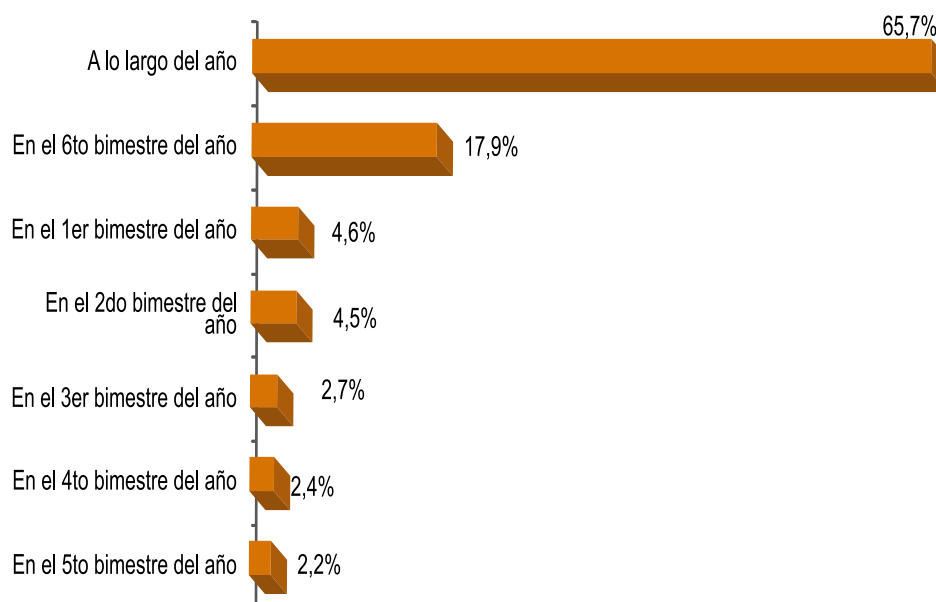


En el 2010, las empresas en las áreas operativa y comercial, los empresarios prefieren tener personal con bachillerato.

En las áreas administrativa y de alta gerencia, por las funciones que se requieren, se contrata personal en grados de tecnólogo o profesional para garantizar mayor eficiencia en el desempeño de estos cargos.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál es el período del año en que la empresa requiere mayor personal?



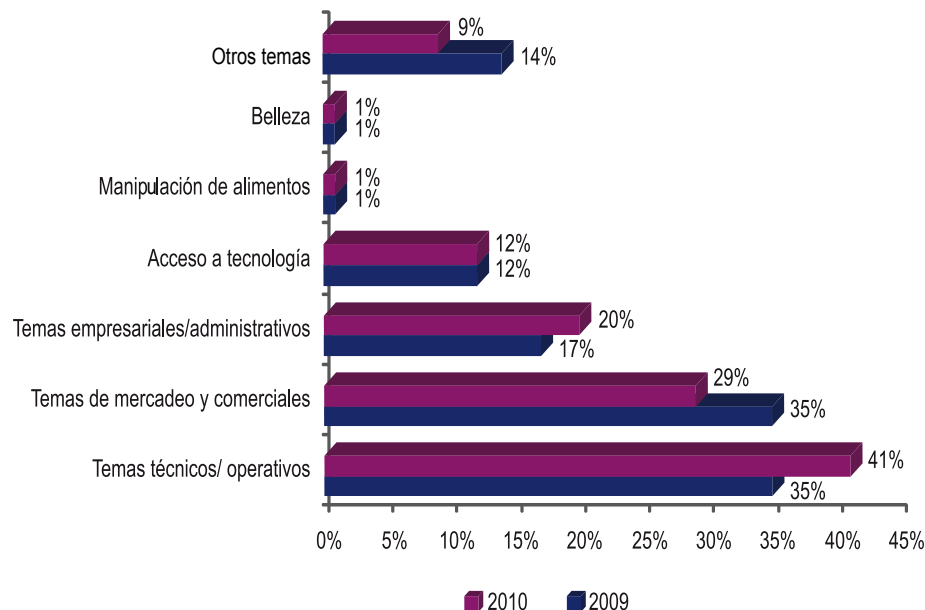
La mayoría de las empresas contratan personal durante todo el año. Sin embargo, en los meses de noviembre y de diciembre es importante la contratación que realizan las empresas, principalmente la grande (42%), como resultado de la dinámica que tiene en este período la actividad comercial para atender la temporada de diciembre.

En el primero y segundo bimestre, la mediana empresa tiene un buen nivel de demanda de personal.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB. Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿En qué temas ha capacitado el personal de su empresa?

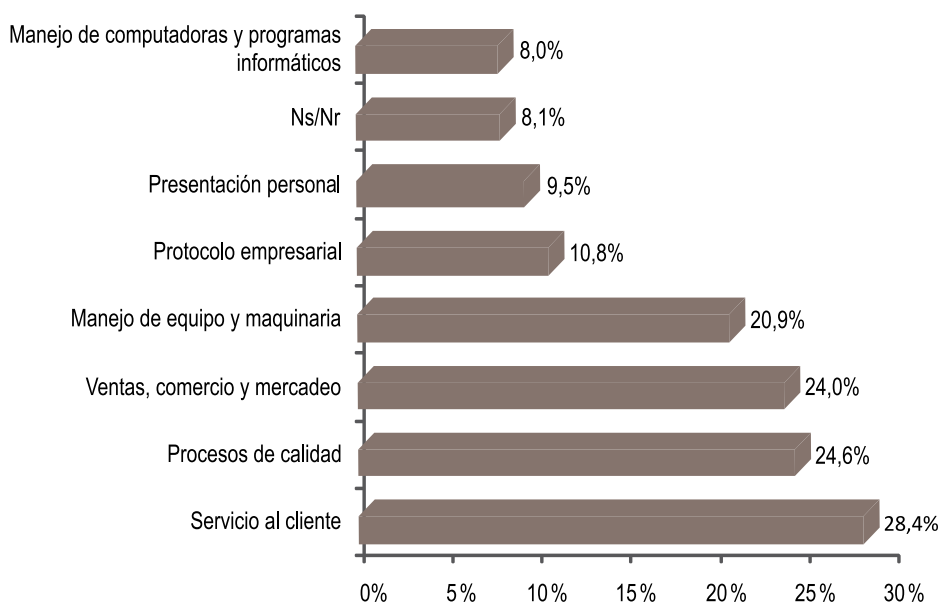


En el 2010, el 20% de las empresas capacitó a sus empleados. Los temas técnicos, de mercadeo y comerciales son los más importantes. También destacan los temas administrativos y de acceso a la tecnología.

Estos temas son prioritarios para las empresas en momentos de desaceleración de las ventas, para fortalecer la calidad de los productos y consolidar una fuerza de ventas que permita garantizar la participación en el mercado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿En qué temas requiere capacitar al personal de su empresa?



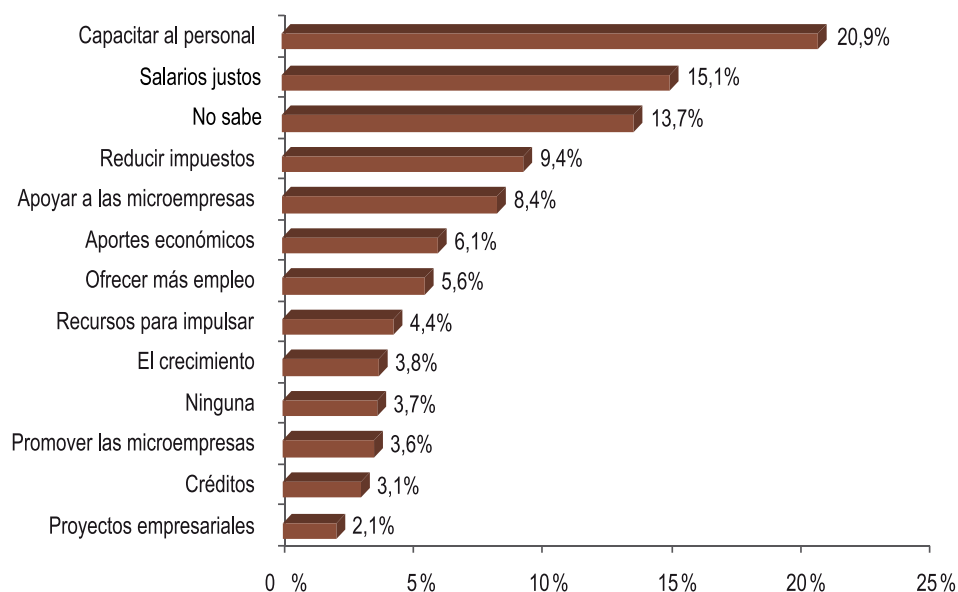
Las empresas requieren con mayor frecuencia capacitación en los temas de servicio al cliente (28%), de procesos de calidad (25%) y ventas, comercio y mercadeo (24%).

Adicionalmente a estos temas, en las medianas y grandes empresas es importante la capacitación en manejo de maquinaria y equipos.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

7. Necesidades y recomendaciones de los empresarios para fortalecer el recurso humano

¿Cuál es la principal medida que el empresario solicitaría al gobierno distrital para incentivar la contratación de personal?



La principal medida que las empresas demandan del gobierno distrital, es el apoyo para la capacitación del personal. También solicitan la reducción de impuestos y apoyo a las microempresas.

Estas medidas son indispensables para fortalecer la competitividad de las empresas y contribuir a consolidar en la ciudad empresas sostenibles y con capacidad de crecimiento.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuál sería la principal medida que como empresario solicitaría al gobierno nacional para incentivar la contratación de personal?



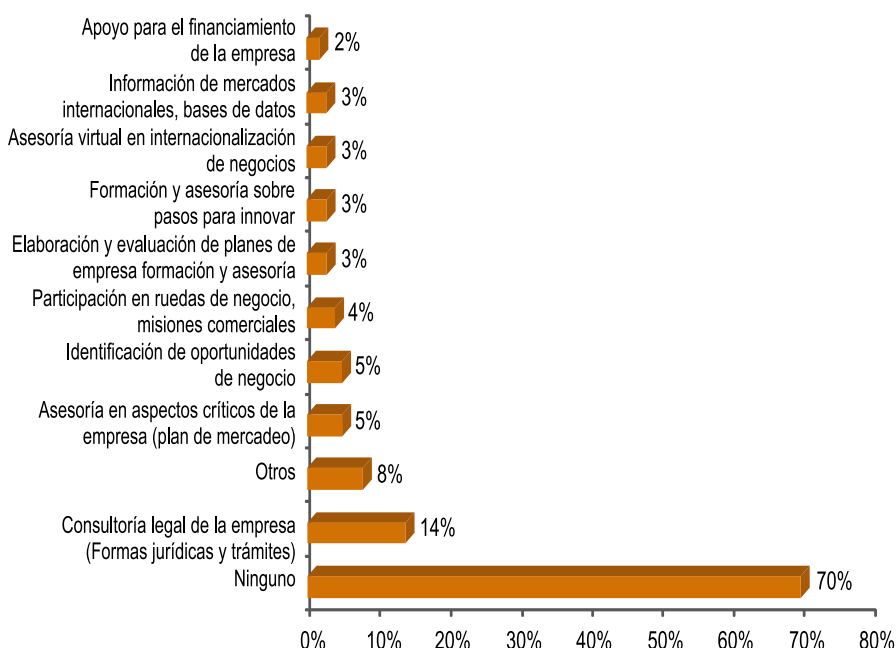
Al igual que el gobierno distrital, la principal medida que las empresas demandan del gobierno nacional, es el apoyo para la capacitación del personal. También solicitan la reducción de impuestos y apoyo a las microempresas.

Estas medidas pueden contribuir a promover la formalización de las empresas y la competitividad de las que se encuentran formalizadas en la ciudad.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

8. Percepción del empresario hacia la Cámara de Comercio de Bogotá

¿Cuáles servicios conoce de la Cámara de Comercio de Bogotá?

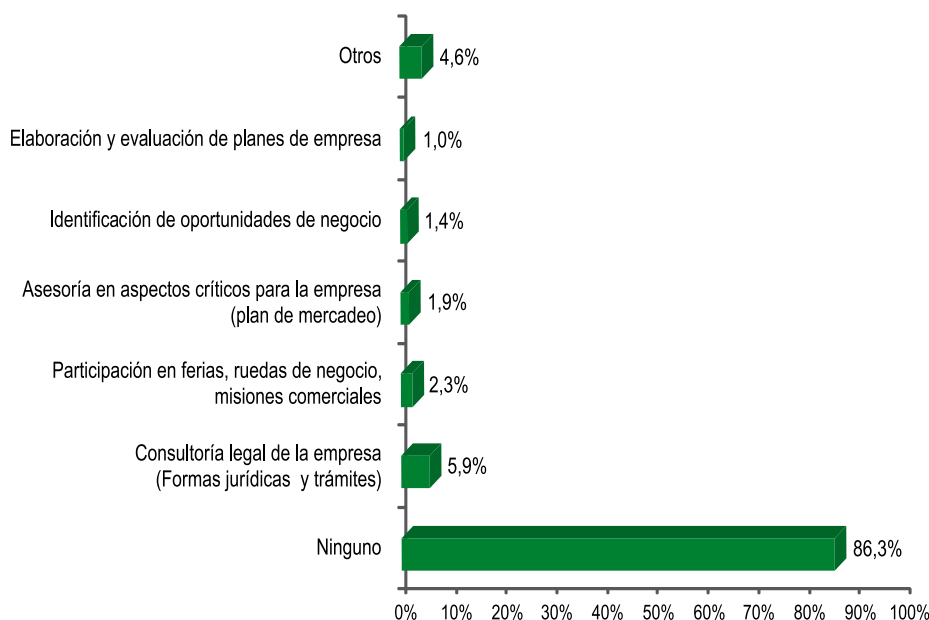


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

El servicio de la Cámara de Comercio de Bogotá más conocido y de mayor uso por los empresarios, es la consultoría legal que ofrece a las empresas (14%). La gran empresa es donde más se conoce este servicio.

Los servicios de asesoría en temas críticos (mercadeo), la identificación de oportunidades de negocio y la participación en ferias, indican que los empresarios deben implementar acciones para conocer y hacer un mayor uso de los servicios que requieren para el desarrollo de su actividad productiva, dado que éstos se divulgan en la página de la Cámara (www.ccb.org.co) y en los medios de comunicación.

¿Qué servicios ha usado de la Cámara de Comercio de Bogotá?

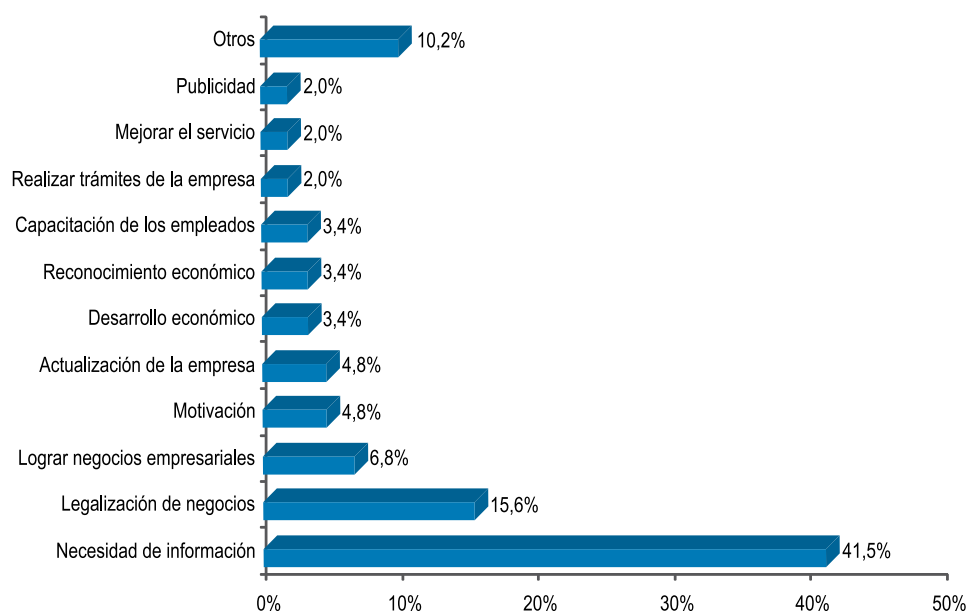


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

El servicio de la Cámara de Comercio de Bogotá de mayor uso por los empresarios es la consultoría legal (14%). Principalmente en los temas de trámites para la creación y formalización de la empresa, formas jurídicas para legalizar la empresa y temas económico y financieros.

8. Percepción del empresario hacia la Cámara de Comercio de Bogotá

¿Cuál es la principal razón para solicitar servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá?

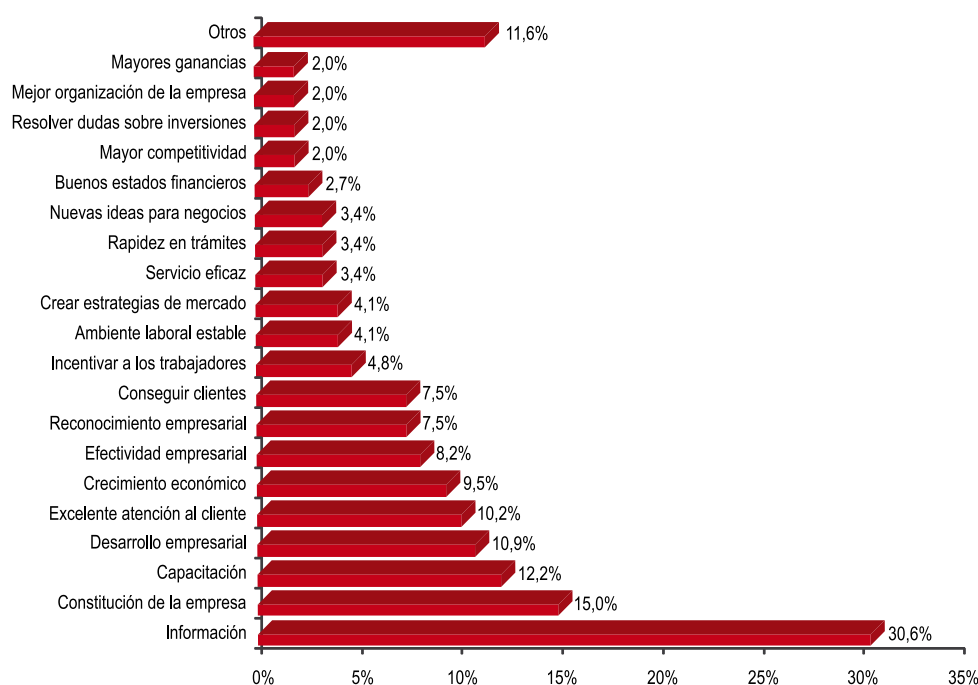


La necesidad de información es la principal razón que tienen los empresarios para solicitar los servicios de la CCB. También destacan las razones relacionadas con la gestión empresarial, como la legalización y el logro de negocios y la actualización de la empresa.

En la mipyme las necesidades de información y de legalización de los negocios son razones primordiales para solicitar los servicios de la CCB.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿Cuáles son los principales beneficios que ha recibido del uso de los servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá?



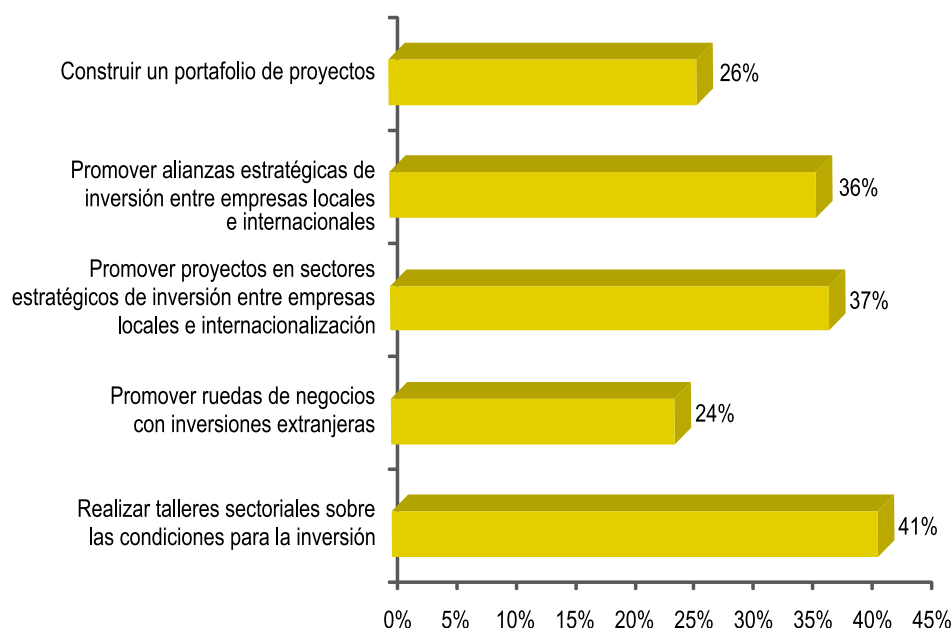
La CCB ofrece a los empresarios de la ciudad diversos servicios que van desde la asesoría hasta el acompañamiento directo en el proceso de su gestión empresarial.

La información es el beneficio más importante que perciben los empresarios por el uso de los servicios que ofrece la CCB. Así mismo, la consultoría legal y la capacitación han sido de gran ayuda para el desarrollo de la actividad empresarial.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

8. Percepción del empresario hacia la Cámara de Comercio de Bogotá

¿Cuáles son los servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá que considera más importantes para promover la inversión extranjera en Bogotá y Cundinamarca?



Los talleres sectoriales y la promoción de proyectos en sectores estratégicos son los dos servicios de la CCB considerados más importantes por los empresarios para promover la inversión extranjera.

En este propósito, la CCB realiza acciones para promover los sectores identificados en la Comisión Regional de Competitividad como estratégicos, por medio de la agencia de promoción de inversión Invest In Bogotá.

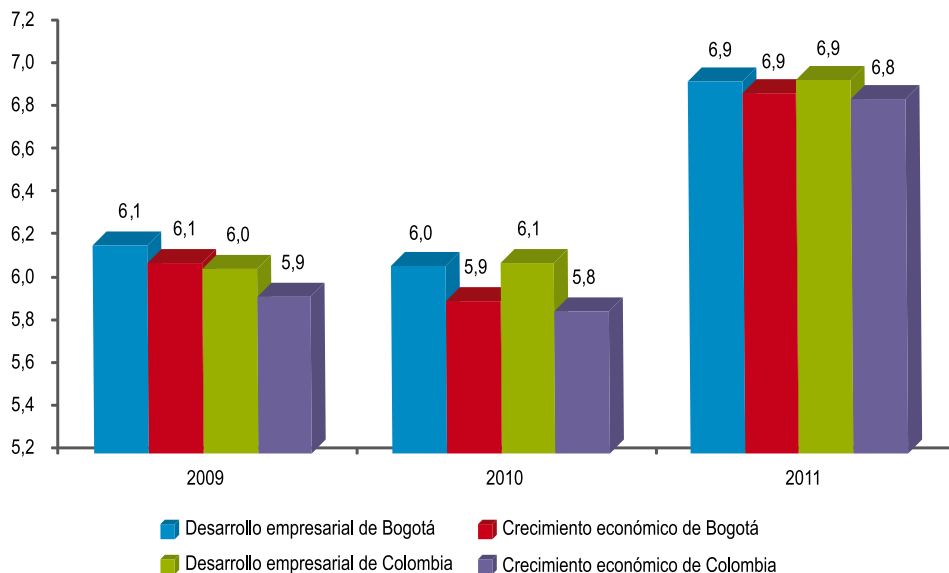
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.



9. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

¿Cómo ve a Bogotá y a Colombia en los temas de...?

Escala de 0 a 10 (0 muy mal y 10 muy bien)

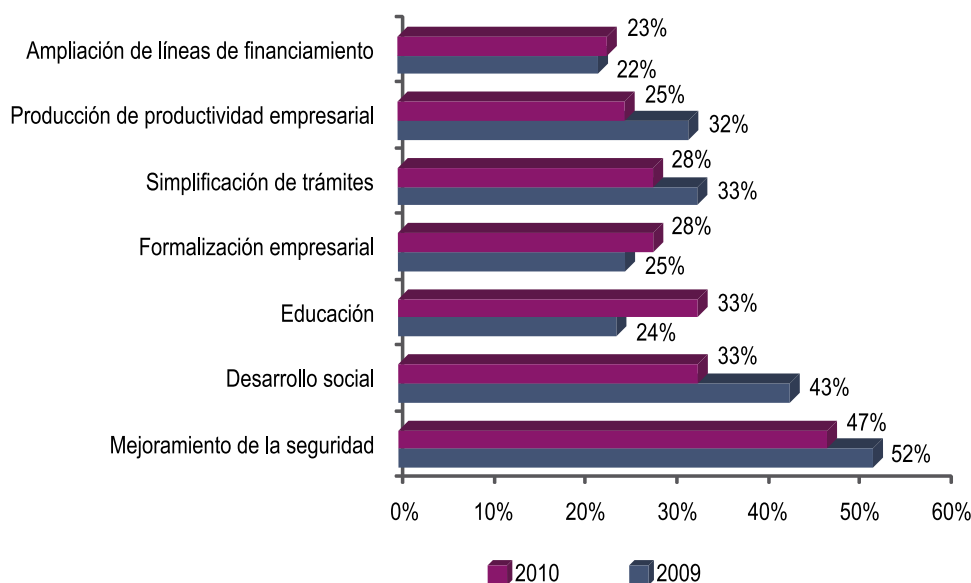


En el 2010, los empresarios de Bogotá dan una calificación inferior a la del 2009 en los temas de desarrollo empresarial y de crecimiento económico; sin embargo, esperan que el 2011 sea un mejor año en los dos temas.

Con relación a Colombia, perciben que en desarrollo empresarial el 2010 ha sido un año mejor, y esperan que el 2011 supere los resultados de los dos años anteriores.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

¿En qué cree que debe trabajar el gobierno distrital para facilitar el crecimiento económico de la ciudad?



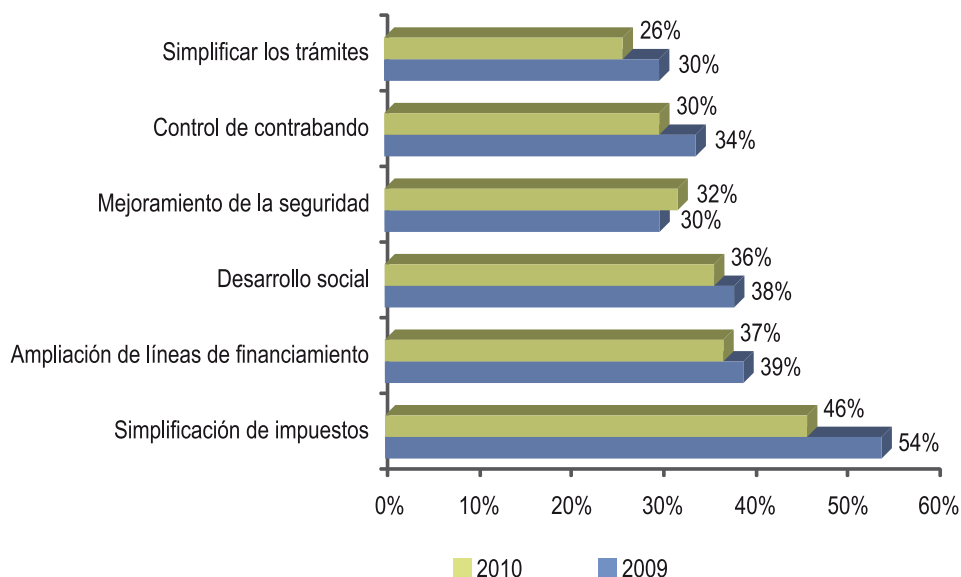
En el 2010, los empresarios solicitan al gobierno distrital principalmente mejorar la seguridad, más desarrollo social y fortalecimiento de la educación para facilitar el crecimiento de sus empresas.

El tema de seguridad está asociado a la necesidad de disminuir los casos por extorsión (16%) y por homicidios (12%), y en desarrollo social a disminuir el desempleo (10,3%) y reducir la pobreza (22%) de los habitantes.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

9. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

¿En qué temas cree que debe trabajar el gobierno nacional para facilitar el crecimiento económico en la ciudad de Bogotá?

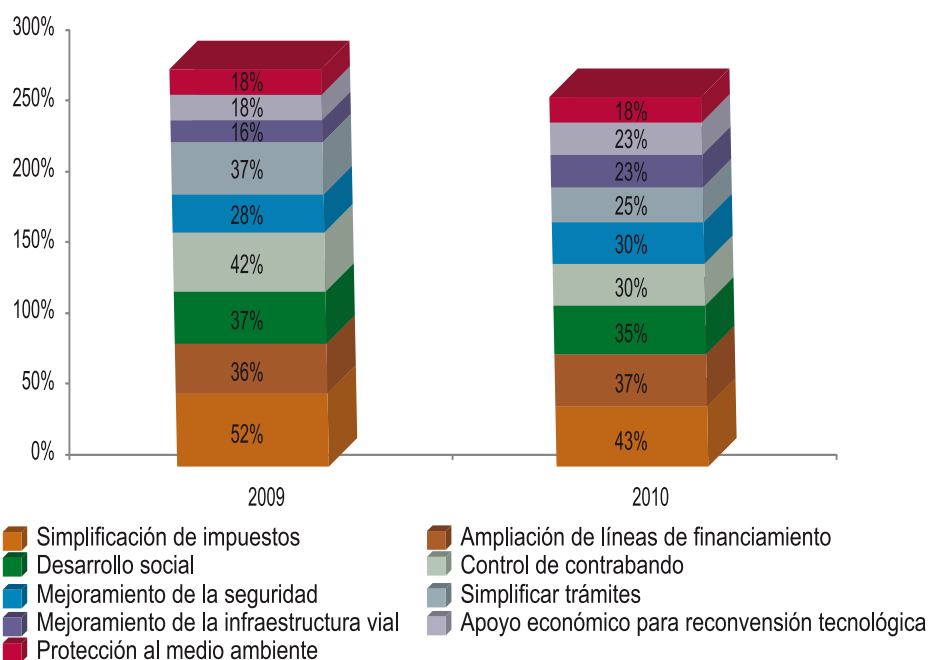


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

En el 2010, los empresarios de Bogotá, como es tradicional, solicitan al gobierno nacional la simplificación de impuestos (incluye reducir trámites), la ampliación de las líneas de financiamiento, más desarrollo social y el control al contrabando para facilitar el crecimiento económico y el desarrollo empresarial.

En los demás temas se destaca el mayor énfasis que dan a los temas de infraestructura y al de apoyo económico para la reconversión tecnológica.

¿En qué temas cree que debe trabajar el gobierno distrital para facilitar el crecimiento empresarial en la ciudad de Bogotá?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.

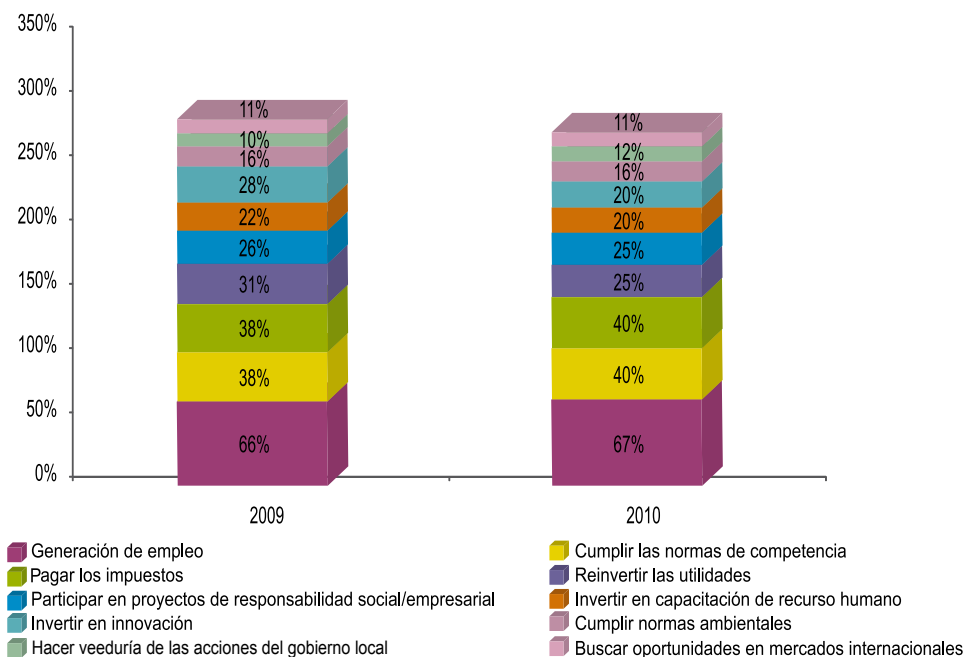
Los empresarios de la ciudad solicitan del gobierno distrital, trabajar principalmente en la simplificación de impuestos, la ampliación de líneas de financiamiento y el desarrollo social.

En segundo lugar, indican que el control al contrabando y la seguridad, son temas centrales para mejorar la actividad empresarial en la ciudad.

Mejorar la infraestructura vial, sigue siendo un tema estratégico para los empresarios por su alto impacto en los costos del producto final.

9. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

¿Qué acciones deben realizar los empresarios para mejorar el crecimiento económico de la ciudad y calidad de vida de sus habitantes?



Los empresarios consideran que la principal acción que deben realizar, es la de generar empleo para mejorar el crecimiento económico y la calidad de vida en la ciudad.

También consideran que pagar impuestos y cumplir las normas son requisitos importantes de su responsabilidad social con los habitantes de Bogotá.

Reinvertir utilidades e invertir en innovación son medidas con las cuales buscan contribuir a mejorar el crecimiento económico.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Encuesta del Clima de los Negocios, 2010.



Conclusiones

En el 2010, el entorno para los negocios en Bogotá estuvo relacionado con la recuperación de la economía mundial y el crecimiento de la economía colombiana. El Fondo Monetario Internacional estima que la economía mundial creció 4,8% en el 2010 y crecerá 4,2% en el 2011. A su vez, se espera que la economía colombiana alcance al finalizar el 2010 un crecimiento del 4,5% y mejor a este resultado en el 2011. Estas nuevas condiciones se han expresado en el aumento de las exportaciones en 22% (hasta agosto); los altos precios del petróleo y un mejor desempeño de la demanda en los países industrializados ha permitido mejores precios de los bienes exportados por los países de América Latina. Sin embargo, en el 2010 persisten como mayores preocupaciones, la revaluación del peso y, en especial, las altas tasas de desempleo en el país (11,8%) y en Bogotá (10,3%); y los efectos negativos de la informalidad en las empresas formalizadas perciben un importante deterioro en sus ventas ocasionado por la competencia desleal de las empresas y negocios que no cumplen con los compromisos legales.

En ese contexto, se ha fortalecido el mercado interno de Bogotá, que es en la actualidad el sexto más grande entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, con una capacidad de compra (US\$ 5.637 per cápita) y un tamaño de mercado equivalente a US\$ 40.922 millones del PIB. Además, la ciudad se caracteriza por la diversidad de sus actividades empresariales y por las condiciones que ha consolidado para atraer inversión extranjera, en un entorno cada vez más atractivo para los negocios y para vivir.

Aspectos favorables del clima de negocios en el 2010 en Bogotá

Perspectivas optimistas. Este ha sido un buen año para la mayoría de los empresarios. El 78% consideró que la situación económica de su empresa mejoró o permaneció igual, respecto al 2009. Así mismo, las perspectivas son optimistas para el 2011; perciben que las ventas serán superiores y su participación en el mercado será mayor, pero con niveles de inventarios superiores a los actuales.

La dinámica del mercado interno de Bogotá. En el 2010 y 2011, el crecimiento de la economía de Bogotá será para el 97% de los empresarios de la ciudad el principal factor de crecimiento, en especial para las micro y pequeñas empresas que destinan la casi totalidad de su producción a ese mercado.

La recuperación del crecimiento de la economía colombiana. El 13% de los empresarios de Bogotá vende sus productos y servicios en las demás regiones de Colombia, es decir, el 5,6% de la producción de la ciudad. Por tanto, la dinámica económica de éstas puede favorecer en gran medida a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad que representan el 11% del universo empresarial de la ciudad.

El crecimiento de la economía mundial. Si bien tan sólo el 2% de los empresarios de la ciudad exportan a los mercados internacionales, el crecimiento econó-

mico mundial puede significar el ingreso de más empresas al comercio exterior y la expansión de las exportaciones de Bogotá y Cundinamarca a más mercados y con mayor valor agregado.

Los factores que más favorecen el desarrollo de la actividad económica. La calidad (48%), la adecuación y presentación del producto (31%) y los mejores precios (29%) son considerados por los empresarios los factores más importantes para comercializar los productos y servicios en los mercados nacional e internacional.

Aspectos desfavorables del clima de negocios en el 2010 en Bogotá

Obstáculos para la actividad económica. Los empresarios destacaron la inestabilidad de la economía del país, la inseguridad y el alto costo de los insumos como los principales factores que obstaculizan la actividad económica.

Factores que dificultan la actividad exportadora. Los altos costos de transporte, la materia prima y la mano de obra se señalan como los más importantes que limitan la competitividad de las exportaciones. Colombia es uno de los países con mayores costos de transporte internacional, que además, por efecto de los altos precios del petróleo en los mercados internacionales y de la materia prima (29% de las importaciones de la Región) que requieren las empresas de la ciudad que se han encarecido.

Escasa orientación a exportar. La gran mayoría de las empresas vende sus productos en el mercado interno de Bogotá, principalmente las micro y pequeñas empresas, que se caracterizan por atender mercados de barrio y baja capacidad de producción. Esta situación limita las posibilidades de aprovechar oportunidades en los mercados internacionales derivadas de los tratados de libre comercio y de la dinámica de la economía mundial.

Baja en la contratación de personal. La recuperación de la economía es aún insuficiente para inducir procesos de contratación de personal que permitan la disminución sostenida del desempleo. La tasa de desempleo en Bogotá es del 10,3% (en el tercer trimestre del 2010) y es baja la participación de los empresarios que han aumentado (13%) el número de empleados en su empresa frente a los que la han disminuido (18%).

Dificultades para comercializar. Para el 70% de los empresarios la comercialización de sus productos tiene dificultades principalmente debido a las bajas ventas, la inestabilidad de los mercados y la competencia, en especial para las mipymes, que son las empresas con menor capacidad para gestionar procesos de penetración de mercados.

Presencia de actividades informales. Para el 68% de los empresarios la actividad informal ha tenido efectos negativos para su empresa, principalmente

porque se han convertido en una fuente de competencia que les hace perder ventas y clientes. Además, los negocios informales no pagan impuestos y contribuyen al deterioro del empleo de calidad.

Limitado acceso al crédito. El 58% de los empresarios considera que es muy difícil acceder a recursos de crédito, principalmente por el exceso de trámites y altas tasas de interés. Además, señalan que no tienen respaldo y el negocio es muy pequeño. Esta situación los obliga a recurrir a modalidades de financiamiento aún más costosas.

Bajo conocimiento del apoyo a la actividad empresarial. Sólo el 14% de los empresarios conocen los servicios que ofrece la CCB para apoyar su actividad empresarial, y el 6% de los empresarios utiliza alguno de estos servicios. Estos servicios se divulgan por los diferentes medios de comunicación de la ciudad.

Situación y requisitos para contratar recurso humano

En el mundo, la crisis económica ha ejercido un efecto negativo muy fuerte en el empleo del recurso humano. La OIT estima que en el 2009 había 212 millones de personas desempleadas, y prevé que para el 2010, a pesar de la recuperación de la economía en muchos países, éste se mantendrá en niveles altos. Para el 2010, la OIT calcula que en las economías desarrolladas la tasa de desempleo será de 8,9%, y en América Latina de 8%. Es decir, que la recuperación de la economía mundial se está dando en condiciones de alto desempleo.

En este contexto, Colombia y su ciudad capital Bogotá, registran tasas de desempleo superiores a los promedios internacionales. Es decir, que hoy día en Bogotá se encuentran 379 mil personas en condiciones de desempleo. A su vez, la ciudad cuenta con 249 mil empresas, gran parte de éstas en condiciones de baja productividad y niveles de producción que nos les permite asumir retos más allá de atender mercados locales en la ciudad.

Para los empresarios de Bogotá, el 82% de sus trabajadores son contratados bajo la modalidad de empleo fijo. En las micro y pequeñas empresas el empleo temporal tiene mayor importancia que en las empresas de mayor tamaño: el 30% son trabajadores temporales en la microempresa, 21% en la mediana y 10% en la grande.

Los empresarios en su gran mayoría (75%) tienen en cuenta la edad mínima (19 años en promedio) para contratar a un trabajador. La legislación nacional establece el trabajo legal a partir de la mayoría de edad (18 años) y con permiso especial para trabajadores de menor edad. También, el 41% de los empresarios tiene en cuenta una edad máxima (45 años en promedio) para contratar.

Las empresas intensivas en mano de obra operativa son las que más empleo generan. El 65,5% del personal se vincula a áreas operativas, el 15% al área comercial y casi el 20% en las áreas administrativas y de alta gerencia.

Las empresas prefieren afiliar sus empleados principalmente a salud (91%) y a pensiones (63%). Sin embargo, la brecha para pensiones indica que es necesario realizar un buen esfuerzo para mejorar la cobertura de esta afiliación, principalmente en las empresas de menor tamaño.

En las empresas, la rotación alta de personal no supera el 11% del total de la nómina, y se debe principalmente a la clase de contrato.

En la ciudad más de la mitad (51%) de las empresas contratan a sus empleados por recomendación, dado que consideran que éste es un medio más seguro, les permite conseguir personal confiable y calificado.

Conseguir personal idóneo y calificado para las empresas es fácil para el 66% de éstas; esto se debe a que en la ciudad hay buena disponibilidad de mano de obra, principalmente para empresas que no requieren de alta calificación o de labores muy específicas.

Las empresas capacitan con mayor frecuencia a sus empleados en temas técnicos y de mercadeo; por tanto, los mayores requerimientos de capacitación están en el servicio al cliente, en los procesos de calidad y en las ventas.

Prioridades de políticas públicas nacionales y distritales para facilitar el crecimiento económico de las empresas y de la ciudad

Las altas tasas de desempleo y un entorno de recuperación económica con bajo crecimiento, el reto de mejorar la calidad de vida de la población necesita acciones orientadas a facilitar los negocios y a promover acciones orientadas a mejorar las condiciones de acceso a la financiación de la actividad productiva y disminuir las causas que más incentivan la informalidad en ciudad.

Según la percepción de los empresarios bogotanos, para facilitar el crecimiento económico, la acción del Estado debe concentrarse en los temas de simplificación de impuestos, ampliación de líneas de financiamiento y desarrollo social. En cuanto al gobierno distrital, los empresarios consideran que debe trabajar, además de los mencionados, en el control al contrabando y en mejorar la seguridad.

Por tamaño de empresa, la percepción sobre los temas prioritarios para el gobierno distrital son diferentes. En la gran empresa se hace énfasis en que la administración distrital debe mejorar en desarrollo social, simplificación de trámites y seguridad. En la mediana empresa, la apuesta es por la seguridad y la simplificación de trámites. Y en la micro y pequeña empresa, se solicita mayor simplificación de impuestos, desarrollo social, ampliación de líneas de financiamiento.

ISBN: 978-958-688-352-8



Gracias por su interés. Para nosotros es importante conocer sus apreciaciones y comentarios sobre el contenido de esta publicación. Esto nos permitirá ofrecer información cada vez más pertinente y oportuna. Le agradecemos nos envíe sus comentarios al correo: *estudios2@ccb.org.co*

Nuestras publicaciones son totalmente gratuitas. Si le interesa seguir recibiendo las publicaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, actualice sus datos en la dirección de correo electrónico: *estudios2@ccb.org.co* o al fax: 3830690, ext. 2753.